



МИНОБРНАУКИ
РОССИИ



УНИВЕРСИТЕТ
КОСЫГИНА

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ
С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ

ЭКОНОМИКА СЕГОДНЯ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВЕКТОР 2025

ЧАСТЬ 4



**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 4**

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 4 – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2025. – 263 с.

ISBN 978-5-00181-816-8

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 978-5-00181-816-8

© 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.

КОНЦЕПЦИИ FERMA И COSO: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К КОРПОРАТИВНОМУ УПРАВЛЕНИЮ РИСКАМИ

Потемкин А.С.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «МИРЭА – Российский технологический университет», Москва

В условиях высокой неопределённости внешней среды и усложнения бизнес-процессов управление рисками становится неотъемлемой частью стратегического управления организацией. Особенно актуально это для предприятий, функционирующих в области информационных технологий и обеспечивающих защиту критически важных информационных активов. Наряду с ростом числа киберугроз и усилением требований регуляторов, компании вынуждены выстраивать системные и комплексные подходы к выявлению, оценке и минимизации рисков.

Одним из эффективных инструментов, позволяющих формализовать и стандартизировать процессы управления рисками, являются корпоративные методологии. Среди них наиболее широко применяются две концепции – COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) и FERMA (Federation of European Risk Management Associations) [1, 2]. Обе модели признаны на международном уровне и активно применяются в практике управления корпоративными рисками, включая сферу информационной безопасности и ИТ-проектов.

Несмотря на схожие цели, данные концепции различаются по структуре, глубине формализации, географической направленности и степени соответствия международным стандартам (таким как ISO 31000) [3]. Эти различия обуславливают необходимость более глубокого анализа применимости и эффективности моделей в зависимости от специфики организации, отрасли и уровня зрелости системы управления.

Концепция COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) была разработана в США в конце 1980-х годов в ответ на многочисленные корпоративные скандалы, связанные с недобросовестной финансовой отчётностью и слабыми внутренними контролями [1]. Изначально модель была ориентирована на внутренний контроль, однако в 2004 году была представлена обновлённая версия – COSO ERM (Enterprise Risk Management – Integrated Framework), а в 2017 году она была переработана с акцентом на стратегическое управление рисками.

COSO ERM 2017 представляет собой рамочную структуру, включающую пять компонентов управления рисками: установление управления и культуры; стратегия и постановка целей; идентификация,

оценка и реакция на риск; осуществление контроля; информация, коммуникация и отчетность.

Каждый из компонентов включает в себя совокупность принципов (всего 20), реализация которых позволяет организациям формировать непрерывную, адаптивную систему управления рисками, встроенную в процессы стратегического и операционного управления.

COSO делает акцент на интеграции управления рисками в систему достижения целей организации, включая стратегические, операционные, отчетные и комплаенс-аспекты. Такой подход особенно актуален в контексте цифровой трансформации и киберрисков, когда необходимо связывать риск-менеджмент с корпоративным управлением и архитектурой ИТ.

FERMA (Federation of European Risk Management Associations) – это европейская организация, объединяющая национальные ассоциации риск-менеджеров [2]. Её методология была впервые опубликована в 2003 году и с тех пор неоднократно пересматривалась с учетом актуальных требований и международных стандартов, в частности ISO 31000.

Модель FERMA описывает процесс управления рисками как непрерывный и циклический, включающий следующие стадии: установление контекста (внутреннего и внешнего); идентификация рисков; анализ и оценка рисков; выбор методов реагирования; мониторинг и пересмотр; коммуникация и консолидация информации.

Отличительной особенностью FERMA является гибкость и модульность, а также фокус на вовлечение всех заинтересованных сторон в процесс управления рисками. Концепция ориентирована на создание культуры риска в организациях и может быть адаптирована под специфические отрасли, включая ИТ и кибербезопасность.

Кроме того, FERMA активно продвигает идеи устойчивого развития и непрерывности бизнеса, что делает её подход особенно актуальным в современных условиях цифровой и экологической нестабильности.

Концепции COSO и FERMA представляют собой зрелые и широко признанные методологии управления рисками, каждая из которых обладает собственным фокусом, структурой и областью применения. Для более глубокого понимания их различий и преимуществ целесообразно рассмотреть ключевые аспекты в сравнительном формате.

COSO ориентирована на интеграцию управления рисками с системой стратегического и операционного управления, в первую очередь – с внутренним контролем и финансовой отчетностью. Основной акцент делается на достижении организационных целей при допустимом уровне риска.

FERMA в большей степени ориентирована на практическое применение в рамках корпоративной культуры. Она подчеркивает значимость формирования осведомлённости о рисках на всех уровнях

организации и обеспечивает гибкость внедрения, особенно в неиерархических или проектных структурах.

Для понимания глубинных различий важно рассмотреть структуру и принципы обеих моделей (табл. 1). COSO базируется на пяти компонентах и двадцати принципах, в то время как FERMA опирается на цикл из шести этапов, ориентированных на практическое применение.

Таблица 1 – Обзор структуры и принципов концепций

Критерий	COSO ERM 2017	FERMA
Компоненты	5 компонентов, 20 принципов	6 этапов риск-менеджмента
Формализация	Высокий уровень формализации	Средний, гибкий подход
Совместимость с ISO 31000	Частичная (структурные различия) [3]	Высокая совместимость [3]
Подход к рискам	Системный, управленческий [4]	Процессный, ориентирован на вовлечение [5]

Также необходимо учитывать географическую специфику и тип организаций, в которых эти модели наиболее эффективны. COSO чаще используется в США и транснациональных корпорациях, тогда как FERMA – в европейских компаниях и структурах, подчинённых ISO-стандартам [3].

Отдельного внимания заслуживает применимость обеих моделей в сфере информационной безопасности. COSO предоставляет прочную основу для управления ИТ-рисками в корпоративных структурах, но требует адаптации, в то время как FERMA легче адаптируется к динамичным ИТ-средам [4].

Наконец, сравним ключевые достоинства и ограничения каждой концепции. COSO – это стандартизированная и регламентированная система, тогда как FERMA выигрывает в гибкости и адаптивности, особенно при необходимости соответствия ISO 31000.

Сравнительный анализ концепций COSO и FERMA показывает, что обе модели обладают высокой ценностью для построения эффективной системы управления корпоративными рисками, однако различаются по целям, структуре и области применения. COSO обеспечивает глубоко структурированный, стратегически ориентированный подход с высоким уровнем формализации, что делает его особенно полезным для крупных организаций, действующих в регулируемых секторах. В то же время FERMA предлагает более гибкую, практикоориентированную методологию, удобную для компаний, стремящихся к адаптивности и соответствию международным стандартам, таким как ISO 31000 [3].

Для организаций, действующих в условиях высокой неопределённости и цифровой трансформации, целесообразно использовать элементы обеих моделей. COSO может служить основой для выстраивания стратегических механизмов контроля и отчетности, тогда как FERMA позволит оперативно реагировать на изменения среды и эффективно вовлекать сотрудников в процесс управления рисками [5].

Таким образом, не существует универсального подхода, одинаково применимого к любой организации. Выбор концепции должен основываться на масштабе бизнеса, отраслевых требованиях, уровне

зрелости системы управления и стратегических приоритетах [4]. Интеграция сильных сторон обеих моделей может стать основой для построения сбалансированной, устойчивой и адаптивной системы корпоративного управления рисками.

Список использованных источников:

1. COSO. Enterprise Risk Management – Integrating with Strategy and Performance. – Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, 2017. – 16 p.

2. FERMA. Risk Management Standard. – Federation of European Risk Management Associations, 2002. – 16 p.

3. ISO 31000:2018. Risk Management – Guidelines. International Organization for Standardization. – Geneva, 2018. – 24 p.

4. Низамутдинов И.К., Малаев В.В. Управление рисками организации. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2022. – 39 с.

5. Агарков Г.А., Бессонов Д.А., Сухих В.С., Ханова А.Р., Юрьева Л.В. Международные модели управления рисками: возможности применения и результаты // Международный бухгалтерский учет. –2019. – No 2. – С. 52-68.

© Потемкин А.С., 2025

УДК 336.6

**ПЕНСИОННАЯ РЕФОРМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ:
ПРИНЦИПЫ, ЭТАПЫ И КЛЮЧЕВЫЕ МОМЕНТЫ**

Прохоров М.А.

Научный руководитель Ветрова Е.А.

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

За последние десятилетия пенсионная система Российской Федерации претерпела значительные изменения. Эти реформы обусловлены различными социально-экономическими факторами, включая демографические проблемы, бюджетные ограничения и необходимость адаптации к меняющимся глобальным экономическим условиям. Понимание причин этих реформ и изучение потенциальных путей будущего развития имеют решающее значение для обеспечения устойчивости и эффективности пенсионной системы.

Одной из основных причин пенсионной реформы в России является демографический сдвиг. Страна сталкивается со снижением рождаемости и увеличением продолжительности жизни, что приводит к старению населения. Согласно последним статистическим данным, доля людей в возрасте старше 60 лет неуклонно растет, в то время как численность

трудоспособного населения сокращается. По состоянию на 2023 год почти 25% населения в возрасте от 60 лет по сравнению всего с 17% два десятилетия назад. Этот демографический дисбаланс оказывает значительное давление на пенсионную систему. Выплаты пенсий становятся всё более затратными, так как нынешние работники финансируют пенсии пожилого населения. Другим важным фактором являются экономические ограничения. Пенсионная система в значительной степени зависит от государственного бюджета, и растущее число пенсионеров по сравнению с теми, кто работает и делает взносы, создает финансовый дефицит. В условиях постоянной инфляции и снижения доходов от продажи нефти и газа правительству стало сложно поддерживать нынешний уровень пенсионных выплат без проведения реформ. В 2021 году на выполнение обязательств по выплате пенсий было предусмотрено 2236,4 млрд. рублей, что составляло около 11,3% от общего объема расходов федерального бюджета. В 2023 было выделено уже 14,5%, и с каждым годом эта цифра растет. Неэффективность и дисбалансы в существующей системе потребовали изменений. Российская пенсионная система исторически предусматривала возможность досрочного выхода на пенсию для определенных профессий, таких как шахтеры и медицинские работники, а также щедрые льготы для определенных групп, таких как государственные служащие. Хотя изначально эти меры были разработаны для удовлетворения конкретных социальных потребностей, в долгосрочной перспективе они стали неприемлемыми, поскольку только на досрочный выход на пенсию приходится почти 40% пенсионных выплат.

Наиболее заметной реформой за последние годы стало постепенное повышение пенсионного возраста, осуществленное в 2018 году. Пенсионный возраст для мужчин был повышен с 60 до 65 лет, а для женщин – с 55 до 60 лет. Эта мера была направлена на снижение финансовой нагрузки на пенсионную систему за счет отсрочки выплат и увеличения числа активных вкладчиков. Поэтапное внедрение программы, которая затронет миллионы граждан, планируется завершить к 2028 году. Помимо повышения пенсионного возраста, правительство приняло меры по стимулированию частных сбережений и усилению роли накопительной части пенсии. Для увеличения числа добровольных взносов, была введена система индивидуальных пенсионных счетов, поддерживаемая налоговыми вычетами и механизмами софинансирования. Кроме того, провели работу по устранению разницы в размерах пенсий в регионах для обеспечения большей справедливости. Для сохранения платежеспособности пенсионеров была проведена политика индексации пенсий с расчетом темпов инфляции. Для уменьшения показателя бедности среди пенсионеров, минимальный размер пенсии утвердили до регионального прожиточного минимума.

Несмотря на все приложенные усилия правительства, пенсионная реформа подверглась общественной критике. Люди не могли поверить в успешное управление пенсионных фондов правительством. Потери сбережений в 1990-х годах и непоследовательное проведение политики, не могли вернуть людям веру в государство. Значительная часть граждан взволнована тем, что реформы неравномерно затрагивают незащищенные слои населения: работников с большой физической нагрузкой или в регионах с низкой продолжительностью жизни. В некоторых районах страны повышение пенсионного возраста не может считаться справедливым, так как в отдаленных районах Сибири средняя продолжительность жизни может быть на 10 лет ниже, чем в среднем по стране. В районах с высоким уровнем безработицы среди пожилых работников ставится под сомнение экономическое обоснование повышения пенсионного возраста. По мнению критиков, многие люди, приближающиеся к пенсионному возрасту, столкнутся с продолжительными периодами безработицы, из-за отсутствия специальных программ по созданию рабочих мест и повышения квалификации, что исключает возможные финансовые выгоды от реформы.

Для устойчивости пенсионной системы в долгосрочной перспективе предлагаются для рассмотрения следующие меры: стимулирование роста российской экономики в целом. Из-за чего недостатки пенсионной системы можно будет решить с большим шансом на успех. Это также увеличит доходную базу пенсионной системы. Не меньшее значение в решении этой проблемы имеет проведение политики, направленной на диверсификацию экономики и поддержку малого и среднего бизнеса. Для создания рабочих мест необходимы инвестиции в инфраструктуру и эко-технологии, что способствует увеличению ВВП. Вторая мера, возможная для применения – это поддержка активного старения. Для снижения экономических последствий старения населения предлагается поощрение пожилых людей к продолжению трудовой деятельности с помощью гибких условий труда, программ обучения и повышения квалификации. Наиболее эффективными могут стать партнерские отношения правительства с частными компаниями, предлагающими программы переподготовки для работников в возрасте 50 лет и старше. Следующим решением проблемы может стать усиление сберегательной составляющей. Зависимость от работающего населения позволит снизить расширение накопительного компонента пенсионной системы. Для этого необходима надежная нормативно-правовая база, обеспечивающая безопасность и доходность частных пенсионных накоплений. Для рассмотрения внедрения подобных систем, где действует условная система с установленными взносами, можно обратиться к опыту других стран, например Швеция. Следует обращать должное внимание на регионы с более низким уровнем

экономического развития и ожидаемой продолжительностью жизни. Проведение целенаправленной политики, например, дифференцированный возраст выхода на пенсию или адресная социальная поддержка, приведет к уменьшению различий между регионами. Для работников отраслей, требующих особо сильную физическую нагрузку, могут быть представлены различные варианты для более раннего выхода на пенсию. В ходе социальных реформ государству необходимо повысить авторитет и завоевать доверие к себе среди граждан. Одну из главных ролей в этом может сыграть укрепление системы управления и ясность в управлении пенсионными фондами. Для повышения общественного доверия необходимо проводить регулярные аудиты, точная демонстрация политики, привлечение независимых экспертов в процесс принятия решений и проведение информационных кампаний для увеличения уровня информированности о реформах.

Также, в 21 веке невозможно не обратиться к использованию современных технологий. Цифровые ресурсы способны значительно улучшить качество управления пенсионными фондами и граждане в режиме реального времени смогут отслеживать свои пенсионные накопления. Например, национальный пенсионный портал может предлагать инструменты индивидуального пенсионного планирования и полную информацию о взносах и выплатах.

Пенсионная реформа в Российской Федерации имеет наиболее широкий социально-экономический характер. Недавно принятые меры дали возможность исправить актуальные проблемы, однако поддержание стабильности требует всестороннего рассмотрения проблемы, которые обеспечивает баланс между бюджетной ответственностью и социальной справедливостью. Стимулируя экономический рост, поддержка активного старения и повышая доверие граждан, Россия может построить более надежную пенсионную систему, которая будет отвечать интересам ее населению в ближайшие десятилетия. Успех этих усилий, будет зависеть от способности правительства привлекать заинтересованные стороны, адаптироваться к различным обстоятельствам и уделять особое внимание комфорту стареющего населения. Основным аспектом к достижению этих целей станет четкий план, подкрепленный общественной поддержкой, и его реализация.

Список использованных источников:

1. Балынин И.В. Новая пенсионная реформа в Российской Федерации: базовые принципы, этапы и ключевые мероприятия // Финансы и кредит. 2017. №16 (736). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-pensionnaya-reforma-v-rossiyskoy-federatsii-bazovye-printsipy-etapy-i-klyuchevye-meropriyatiya> (дата обращения: 11.05.2025).

2. Блошенко К.В. Нововведения в системе пенсионного обеспечения в Российской Федерации // Территория науки. 2018. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novovvedeniya-v-sisteme-pensionnogo-obespecheniya-v-rossiyskoj-federatsii> (дата обращения: 11.05.2025).

3. Яхно А.Р., Ваганова А.А. Анализ пенсионной реформы // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2019. №. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-pensionnoy-reformy> (дата обращения: 11.05.2025).

© Прохоров М.А., 2025

УДК 339.138

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Прохорова Д.К.

Научный руководитель Нефедова Л.В.

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

В современном мире, в условиях все усиливающейся конкуренции, обычный качественный продукт уже не гарантирует абсолютный успех бизнеса, так как потребители становятся более требовательными и осознанными в своих покупках, что требует от компаний не только создания привлекательных предложений, но и умения взаимодействовать с аудиторией на эмоциональном уровне. В таких условиях понимание психологии потребительского поведения становится важнейшим аспектом успешного маркетинга.

Психология в маркетинге изучает влияние эмоций, когнитивных процессов и социальных факторов на принятие решений потребителями. В то время как традиционные методы маркетинга фокусируются на характеристиках продукта и его ценовой политике, психологический подход позволяет глубже понять, что движет клиентом и какие факторы определяют его выбор. На основе полученных данных используются приемы, влияющие на решение людей.

Изучение психологии в маркетинге охватывает широкий спектр тем: от эмоционального воздействия рекламы до принципов социального доказательства и когнитивных искажений. Эти аспекты помогают формировать более эффективные стратегии коммуникации с потребителями. В данной статье мы рассмотрим ключевые психологические концепции, которые могут быть применены в маркетинговых стратегиях.

Психологическое воздействие в маркетинге основано на достижениях следующих научных направлений.

1. Когнитивная психология. Она объясняет особенности восприятия человеком внешних сигналов (света, звука, температуры, запаха и прочих раздражителей) и процесс их последующей переработки в знания. Все знания, полученные человеком, преобразуются в схемы или так называемые шаблоны, которые хранятся в памяти и извлекаются оттуда по мере необходимости. Создание шаблона позволяет ускорить ответ на последующее аналогичное воздействие [1].

Маркетологи используют метод когнитивного искажения. Он может быть представлен в виде систематической ошибки в мышлении, которая влияет на восприятие, суждения и принятие решений. Эти искажения возникают из-за упрощений, которые наш мозг использует для обработки информации, и могут приводить к неверным выводам или нерациональному поведению. Например, эффект якоря, при котором первое полученное значение («якорь») влияет на последующие оценки и решения. Один из основателей, председатель совета директоров и СЕО корпорации Apple Стив Джобс использовал эффект якоря во время презентации iPad, сначала озвучив цену в 999 долларов. Он рассказал о преимуществах устройства, а затем объявил, что реальная цена составляет 499 долларов. В результате люди более высоко оценивали товар и ощущали выгоду сделки, основываясь на первоначальной высокой цене [2].

2. Транзакционная психология. Определяет реакции человека при взаимодействии с другими людьми в зависимости от состояния его Эго (Родитель, Взрослый и Ребёнок) [1]. Каждое эго-состояние связано с набором убеждений, привычек, моделей поведения и эмоциональных реакций. На основе этого маркетологи могут выстраивать взаимосвязь с клиентами на более глубинном уровне: понимание того, какое эго-состояние преобладает у целевой аудитории в конкретный момент времени, поможет адаптировать свои сообщения и тактики для достижения максимального эффекта. Это может быть эмоциональный маркетинг с яркими образами для «ребенка» или же создание авторитетного имиджа эксперта для «родителя».

3. Социальная психология. Она помогает понять закономерности поведения, связанные с выбором и принятием решения о покупке исходя из принадлежности потребителя к определённой социальной группе и различными взаимодействиями в ней.

Достаточно часто используют принцип социального доказательства. Кратко его можно описать следующим образом: «Если вы не знаете, что делать, посмотрите, что делали другие в похожей ситуации». Люди склонны следовать мнению других и использовать их прошлый опыт в своем настоящем. Положительные отзывы, рекомендации друзей и кейсы

довольных клиентов в социальных сетях могут повысить доверие к продукту и бренду [3].

Также при принятии решения люди часто основываются на мнении авторитетных личностей, которые предстают общепризнанными экспертами в различных областях. На них равняются и стараются подражать, что можно использовать в рекламных проектах. Однако не обязательно, чтобы личность была известная. В своей книге «Психология влияния» Роберт Чалдини говорит, что наиболее распространенными признаками авторитета являются впечатляющая должность, дорогая одежда, марка автомобиля и прочие предметы роскоши [4]. Люди склонны автоматически реагировать на эти символы, а не на авторитет как таковой. Они верят в то, что видят, поэтому создание «искусственного» успеха может окупиться. Особенно эффективно это работает в интернет-маркетинге в социальных сетях, где блогеры рекламируют определенных товары.

Любое психологическое воздействие в маркетинге направлено на то, чтобы не заставить купить продукт, а повлиять на факторы, которые подведут клиента к нужным действиям. Рассмотрим еще несколько методик, которые позволяют повлиять на поведение и решение потребителя.

Страх упущенных возможностей или упущенной выгоды. Этот принцип основывается на том, что люди более склонны действовать, когда они ощущают, что могут упустить что-то ценное и ограниченное. Страх не получить планируемую выгоду может быть даже эффективнее, чем польза от получения желаемого. На сайтах, ориентированных на продажи, можно часто заметить таймеры с обратным отсчетом ограниченных предложений, акций и скидок [5]. На первый взгляд это относительно старый механизм, который при плохой реализации вызывает негативные эмоции у некоторых потребителей, однако высок процент и тех, кто в последний момент решит воспользоваться предложением. Используя принцип «страха потери» компания может предложить, например, получить третий товар бесплатно. Даже если изначально клиент собирался купить один товар, он возьмет два, чтобы забрать еще третий бесплатно.

Вместе с этим можно использовать принцип дефицита, показывая, что товара осталось очень мало, и это последняя возможность приобрести его по выгодной цене [6]. Люди склонны совершать спонтанные покупки по якобы заниженной цене. Такой маркетинг можно было увидеть у известной сети ювелирных магазинов Sunlight. В рекламных объявлениях представители компании сообщали, что сеть закрывается и распродает товар по низким ценам, что вызвало большой ажиотаж и активные покупки. Несмотря на заявления, магазины продолжали функционировать, что вызвало еще большее поле для обсуждения и принесло дополнительный пиар, в особенности в социальных сетях. Также компания

использует метод взаимного обмена, являющегося частью теории влияния и психологии масс, разработанной Р. Чалдини [4]. Когда компания предоставляет что-то ценное потенциальным клиентам без каких-то ответных обязательств с их стороны, последние чувствуют себя должными сделать что-то в ответ. В рассматриваемом примере, компания дарила небольшие украшения при предъявлении купона, который давали за покупку в других магазинах.

Эффект приманки. Он заключается в том, что людям свойственно выбирать что-то среднее. Мозг человека воспринимает самый дешёвый вариант как наименее качественный, и если при этом дорогой вариант не подходит, то клиент уйдет ни с чем, при этом компания-продавец также останется без прибыли. Добавление третьего, среднего варианта упрощает выбор и стимулирует к приобретению [6]. Практически в любых местах продажи товаров или услуг есть выбор из более чем 2 вариантов, и основная прибыль компании идет как раз-таки от продажи средних позиций, так как их выбирают чаще всего.

Также можно представить другую ситуацию, при которой в магазине есть 3 одинаковых товара с разным объемом, но цена на средний и большой не сильно отличается. Поэтому покупатель выбирает большой вариант, хотя изначально мог склоняться к маленькому. По такому принципу можно манипулировать выбором человека через цену товара. Восприятие зависит от контекста – если искусственно создать определенные условия, то можно получить нужный результат.

«Много выбора – тоже плохо». Человеку сложно сделать выбор, если вариантов слишком много. На это нужно время и желание потратить эмоциональный ресурс на изучение различий десятков наименований одного и того же товара. Зачастую потребитель не хочет этим заниматься, поэтому оптимальный вариант – это разделение всех товаров на категории с ограниченным количеством позиций в каждом [5].

Ловушка не круглой цены. Самый распространенный прием, который используют большинство компаний в своем маркетинге – это неокругленные цены. Товар с ценой 599 руб. будет психологически восприниматься привлекательнее, чем похожий товар за 600 руб.

Аромамаркетинг. Правильно подобранные ароматы помогают усилить эмоциональное воздействие на потребителей, повысить узнаваемость бренда и улучшить общее восприятие продукта или услуги. Например, почти все товары бренда Massimo Dutti имеют уникальный запах натуральной кожи, хотя некоторые предметы гардероба вообще не имеют кожи в составе. В сети отелей Marriott приятные ароматы свежесваренного кофе или сезонных цветов встречают всех гостей в холле, чтобы создать расслабленную атмосферу и дать возможность почувствовать себя как дома [7].

Цвет. Визуальная составляющая – это, в большинстве случаев, первое, на что обращает внимание человек. Цвет играет огромную роль в восприятии и влияет на поведение человека, однако он воспринимается на подсознательном уровне, незаметно для покупателя. Каждый цвет вызывает разные ассоциации, потому при выборе цветовой гаммы для логотипа или внутреннего оформления помещения следует сначала определить, какую эмоцию должен вызывать бренд. Рассмотрим на примере коричневого цвета, который не так часто используется в маркетинге. Коричневый ассоциируется с консервативностью, стабильностью и достатком (например, Louis Vuitton). В рекламе его можно увидеть в роликах про «традиционный выбор» или «выбор солидного человека». Помимо роскоши, коричневый ассоциируется с уютом и теплом, поэтому его используют в рекламе кофе, чая и шоколада (Nescafe, Snickers).

Существует ещё множество методов психологического воздействия на клиентов через маркетинг, и все они тесно взаимосвязаны с наукой о поведении потребителей, которая изучает закономерности, заставляющие приобретать те или иные товары и услуги. Применение различных психологических методик в маркетинговой деятельности позволяет преподнести продукт таким образом, что целевая аудитория с наибольшей вероятностью приобретет его, что достигается за счет перевода процесса покупки в область подсознательного и эмоционального.

Список использованных источников:

1. Психология маркетинга [Электронный ресурс]. – URL: <https://marketing.hse.ru/blog/psihologija-marketinga/> (дата обращения: 07.05.2025).

2. Когнитивные искажения и как их используют в маркетинге: 6 примеров [Электронный ресурс]. – URL: <https://mastera.academy/cognitive-distortions/> (дата обращения: 07.05.2025).

3. 6 правил психологии социального маркетинга [Электронный ресурс]. – URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2013/01/09/6-pravil-psihologii-socialnogo-marketinga/> (дата обращения: 07.05.2025).

4. Чалдини, Р. Психология влияния / Р. Чалдини; перевод с английского Е. Бугаева и др. – 5-е издание. – Санкт-Петербург: Питер, 2022. – 331 с.

5. Психология в маркетинге [Электронный ресурс]. – URL: <https://adwai.digital/blog/psikhologiya-v-marketinge> (дата обращения: 07.05.2025).

6. 10 трюков маркетологов: как повлиять на клиента методами психологии маркетинга [Электронный ресурс]. – URL: <https://semantica-media.ru/blog/10-tryukov-marketologov-kak-povliyat-na-klienta-metodami-psihologii-marketinga.html#peresechenie-marketinga-i-psihologii> (дата обращения: 07.05.2025).

7. Мировые кейсы в аромамаркетинге [Электронный ресурс]. – URL: <https://aroma-profi.ru/blog/mirovye-keysy-v-aromamarketinge/?srsltid> (дата обращения: 07.05.2025).

© Прохорова Д.К., 2025

УДК 338.26

**ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ БАЗА КАТЕГОРИИ
«ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ЦЕПОЧКИ»
В ЭКОНОМИКЕ
НА ПРИМЕРЕ ШЕРСТЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Разумеев Н.Н., Силаков А.В.

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

Понятие «производственная цепочка» является важным в экономике и управлении, описывая последовательность этапов создания стоимости продукта – от добычи сырья до доставки конечному потребителю. Теоретическая база понятия «производственная цепочка» формировалась под влиянием нескольких концепций.

Теория стоимости и разделения труда. Адам Смит в работе «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776) заложил основы анализа цепочек, подчеркнув роль специализации и кооперации в повышении эффективности производства [1]. Его идеи о разделении труда стали основой для понимания вертикальной интеграции процессов.

Модель цепочки создания стоимости Портера. Майкл Портер в книге «Конкурентное преимущество» (1985) предложил модель, разделяющую деятельность компании на первичные (логистика, производство, маркетинг) и поддерживающие (HR, R&D) процессы. Он акцентировал внимание на оптимизации связей между этапами для достижения конкурентного преимущества [2].

Глобальные цепочки добавленной стоимости. Концепция глобальных цепочек добавленной стоимости, разработанная Гари Герфи и др. (2005), рассматривает распределение этапов производства между странами. Ключевые параметры – управление (роль лидеров цепочки) и территориальная привязка (кластеры), например, в шерстяной промышленности сырье добывается в Австралии, а переработка осуществляется в Китае [3].

Современные исследования подчеркивают роль технологий (IoT, блокчейн, AI) в повышении прозрачности и устойчивости цепочек. Например, блокчейн позволяет отслеживать происхождение шерсти, сокращая риски контрафакта [4].

Рассмотрим примеры производственных цепочек в шерстяной промышленности.

Классическая линейная цепочка (Австралия – Китай). Австралия, производя 37% мировой шерсти, демонстрирует эталонную линейную модель: стрижка овец → сортировка сырья → прядение → ткачество → пошив изделий → экспорт.

Система сертификации Responsible Wool Standard (RWS) гарантирует этичность и экологичность процессов. Например, компания Australian Wool Exchange использует RFID-метки для отслеживания партий [5].

Высокие логистические издержки и длительные сроки (45-60 дней) связаны с необходимостью транспортировки сырья на большие расстояния, например, шерсть из Австралии проходит через несколько этапов (сортировка, прядение, ткачество) до экспорта в ЕС или Азию [5].

Традиционные методы выпаса и транспортировки увеличивают выбросы углекислого газа. Однако внедрение RFID-меток (SustainaWOOL™) частично компенсирует экологический ущерб за счет оптимизации логистики [9].

Ротационный выпас имитирует естественные миграции стад, позволяя пастбищам восстанавливаться, например, на ферме Winona (Австралия) такой подход увеличил содержание органического углерода в почве на 200% по сравнению с соседними территориями [10].

Глобальная сетевая цепочка (Новая Зеландия – ЕС/Азия). Бренд Icebreaker объединяет 200+ фермерских хозяйств Новой Зеландии, китайских переработчиков и вьетнамских швейных фабрик. Платформа NFX Trading Platform на базе блокчейна фиксирует транзакции, сокращая время поставок на 20% [6]. Однако существуют риски в данной цепочке, так высокие запасы на уровне брендов и розничных сетей замедляет оборот сырья (ITMF, 2023), например, задержки в поставках из Китая во время пандемии увеличили сроки на 15-20% [5].

Использование блокчейна (платформа NFX) сократило время обработки заказов на 20% за счет автоматизации документооборота [6].

Регенеративная модель (Уругвай). Программа NATIVA Regenerative Agriculture Program (Chargeurs Group) сочетает восстановление пастбищ с производством премиальной шерсти. Технология позволяет создавать ткани без химикатов, а углеродно-нейтральный след достигается за счет секвестрации углекислого газа в почве [7].

Проекты вроде Patagonia Improved Grazing демонстрируют отрицательный углеродный след (-2.4 кг углекислого газа на кг шерсти) благодаря секвестрации углерода в почве. Это подтверждается данными Native Energy, где восстановление пастбищ увеличило поглощение углекислого газа на 30% [10].

Локализованная ESG-цепочка (ЮАР). Инициатива Savory Institute в провинции Кару объединяет мелких фермеров в кооперативы. Метод Holistic Grazing повышает плодородие почв, а платформа Wool Connect обеспечивает прямые продажи, увеличивая доходы хозяйств на 30% [8].

Локализованные цепочки (кооператив Savory Institute в ЮАР) повысили доходы фермеров на 30% за счет прямых продаж через платформу Wool Connect [11].

Теоретическая база производственных цепочек эволюционирует от классических моделей разделения труда к цифровым и ESG-ориентированным системам. Шерстяная промышленность, как пример, демонстрирует: роль глобализации в распределении этапов производства; важность технологий (блокчейн, IoT) для прозрачности; перспективность регенеративных практик для устойчивого развития.

Список использованных источников:

1. Адам Смит Исследование о природе и причинах богатства народов, 1776.

2. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 715 с.

3. Герфи Г., Хамфри Дж., Стурджон Т. Управление глобальными цепочками создания стоимости // Журнал международной политической экономики. – 2005. – №3. – С. 45-63.

4. Буюкёзкан Г., Гёчер Ф. Цифровая цепочка поставок: обзор литературы и структура для будущих исследований // Компьютеры в промышленности. – 2021. – №5. – С. 120-135.

5. Отчет ITMF о текстильных цепочках поставок за 2023 год Электронный ресурс // Textilegence. – URL: <https://www.textilegence.com/en/itmf-textile-supply-chains-core-problem-in-2023-is-high-inventories/>

6. Отчет Woolmark Company о состоянии шерстяной промышленности Электронный ресурс // Woolmark. – URL: <https://www.wool.com/globalassets/wool/about-awi/how-we-consult/annual-reports/gd5002-annual-report-2023-24-final-web-2.pdf>

7. Отчет Savory Institute о регенеративных практиках в животноводстве Электронный ресурс // Savory Institute. – URL: <https://savory.global>

8. Отчет Carbonfact о углеродном следе в шерстяной промышленности Электронный ресурс // Carbonfact. – URL: <https://www.carbonfact.com/blog/knowledge/carbon-wool>

9. Отчет Australian Wool Exchange о сертификации SustainaWOOL™ Электронный ресурс // AWEX. – URL: <https://www.awex.com.au>

10. Отчет о проекте Patagonia Improved Grazing Электронный ресурс // Native Energy. – URL: <https://native.eco/project/regenerative-wool-for-climate/>

11. Отчет о регенеративных практиках в Уругвае Электронный ресурс // Vivir Uruguay. – URL: <https://viviruruguay.com/en/the-sustainable-revolution-of-uruguayan-wool/>

© Разумеев Н.Н., Силаков А.В., 2025

УДК 332.12

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

Рахимов Р.Ф.

Научный руководитель Рабцевич А.А.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уфимский университет науки и технологий», Уфа

Современное исследование сферы экономической безопасности, как правило, охватывает проблему в глобальном масштабе – страны и даже мира, уделяя заметно меньше внимания региональному вопросу. Однако он не менее важен, поскольку детальное рассмотрение проблемы на локальном уровне позволит выявить как потенциальные проблемы, свойственные менее развитым и продвинутым системам, так и решить уже существующие проблемы, попробовав новые варианты решения. Рассмотрение понятие экономической безопасности региона подробнее.

Экономическая безопасность региона – это показатель состояния региона, отражающий уровень стабильности экономики, защиту ресурсов, социальную и экономическую справедливость и инвестиционную привлекательность. Рассмотрим основные методики оценки экономической безопасности региона подробнее. Можно выделить несколько видов оценки экономической безопасности региона.

Первый метод – индикативный. Подход основывается на использовании статистических данных, отражающие состояние региона за определённый период времени. К таким индикаторам можно отнести следующие.

Уровень безработицы. Высокий уровень безработицы характеризует социальную и экономическую нестабильность, снижение общей доходности местных производств и отток населения в крупные города.

Валовый региональный продукт (ВРП). Данный показатель позволяет оценить общий объем производства и благосостояние региона.

Инвестиционная активность. Данный показатель показывает насколько привлекателен регион для бизнеса и инвестиций.

Второй метод – многомерный анализ. Это совокупность статистических методов, используемых для анализа данных, содержащих более двух переменных, с целью выявления закономерностей, взаимосвязей и структур в данных. Он применяется, когда нужно учитывать одновременно несколько факторов, влияющих на изучаемый объект.

Третий метод – системный подход. Данный подход включается в себя социальные, политические и экономические аспекты. В данном методе используются системный анализ и моделирование, которые способствуют учитывать различные факторы.

Четвертый метод – SWOT-анализ. Данный метод позволяет выделить сильные и слабые стороны региона, а также основные угрозы для экономики региона. Аббревиатура SWOT расшифровывается как: Strengths (сильные стороны) – внутренние преимущества, которые способствуют успеху; Weaknesses (слабые стороны) – внутренние недостатки, ограничивающие развитие; Opportunities (возможности) – внешние факторы, которые можно использовать для достижения целей; Threats (угрозы) – внешние факторы, которые могут препятствовать успеху. Данный метод позволяет оценить ресурсную привлекательность региона и возможный потенциал роста; обнаружить возможные угрозы, которые могут повлиять на экономическое развитие региона.

SWOT-анализ помогает структурировать информацию, выявить ключевые факторы успеха или риски и разработать стратегии, основанные на сильных сторонах и возможностях, минимизируя слабости и угрозы. Используется в бизнесе, маркетинге, управлении проектами и других областях.

Пятый метод – геоинформационные системы (ГИС). Данная система позволяет визуализировать данные и проводить пространственный анализ, что дает понимание о состоянии региона. С помощью данной системы можно оценить распределение ресурсов; провести анализ геологических факторов и их влияние на экономику региона; моделировать сценарий развития с учетом пространственной динамики.

Оценка экономической безопасности региона является многогранным процессом, требующим применения различных методик и подходов. В условиях быстро меняющегося мира, стоит учитывать все факторы, которые могут повлиять на регион, также не стоит забывать про природные факторы, которые могут отрицательно сказаться на экономическом благосостоянии региона и его перспектив развития. Эффективная оценка экономической безопасности региона способствует созданию благоприятных условий для жизни людей и инвестиционной привлекательности, данный фактор приведет к повышению уровня благосостояния населения региона.

Список использованных источников:

1. Бикмаева А.Д. Трансформация региональной экономики в условиях внешних ограничений: монография. - Уфа: РИЦ УУНиТ, 2024. - 170с.
2. Гришин К.Е. Экосистема молодежного предпринимательства региона: институциональные парадигмы и социокультурные императивы формирования и развития: монография. - Уфа: Аэтерна, 2024. - 172с.
3. Зулькарнай И.У. Институты эффективного трансфера инноваций в экономику: монография. - Уфа: Принт+, 2021. - 166с.
4. Рабцевич А.А. Миграционные потоки носителей предпринимательских компетенций: анализ трендов и последствий // Экономика. Профессия. Бизнес. - 2024. - №3. - с.100-107.
5. Рабцевич А.А. Предпринимательский университет как драйвер развития молодежного предпринимательства в регионе // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. - 2024. - №4. - с.345-359.
6. Рабцевич А.А. Целесообразность применения электромагнитных технологий в разработке нефтяных месторождений Республики Башкортостан // Экономика и управление: научно-практический журнал. - 2023. - №2. - с.64-71.
7. Юсупов К.Н. Стратегические ориентиры регионального развития в современных условиях: монография. - Уфа: РИЦ УУНиТ, 2022. - 214с.

© Рахимов Р.Ф., 2024

УДК 004.056

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КАК ОСНОВА ПОСТРОЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ

Рахманбердыев М.Ш.

Научный руководитель Буценко Е.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

«Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург

Цифровая трансформация в последние годы приобрела статус системообразующего фактора организационного развития. Ускорение технологического прогресса, развитие цифровых платформ, big data, искусственного интеллекта и автоматизации процессов кардинально изменяют принципы построения бизнеса. Организации вынуждены не просто адаптироваться к изменениям, но и пересматривать фундаментальные аспекты своей деятельности – от структуры бизнес-модели до корпоративной культуры. В условиях цифровой экономики инновационная бизнес-модель становится залогом выживания и

конкурентоспособности, а не просто конкурентным преимуществом. Под инновационной бизнес-моделью в данном контексте понимается такая модель, которая обеспечивает создание новой ценности на основе цифровых технологий, оптимизации процессов, ориентации на клиента и гибкой организационной структуры. Целью данной статьи является анализ цифровой трансформации как системного процесса и выявление её роли в формировании новых организационных подходов. В исследовании применён сравнительный и системный анализ, а также кейс-метод для изучения практических примеров компаний, добившихся успеха за счёт внедрения цифровых решений. Особое внимание уделено средним и малоизвестным компаниям, продемонстрировавшим эффективность инновационных моделей в цифровой среде.

Цифровая трансформация представляет собой комплексный процесс, включающий изменение не только технологического ландшафта компании, но и её управленческих подходов, бизнес-логики и способов взаимодействия с рынком. Существенным отличием трансформации от цифровизации является её масштабность и глубина – она охватывает все уровни организации. Примером может служить компания Ocado (Великобритания), которая не только внедрила автоматизацию логистики с применением ИИ, но и построила бизнес-модель, ориентированную на экспорт своей цифровой платформы. В Ocado используется интеллектуальная система управления складами, основанная на алгоритмах маршрутизации на графах и предиктивной аналитике, что позволяет более 1000 автономным роботам одновременно перемещаться по грид-системе склада, оптимизируя сбор заказов по времени и маршрутам. Аналогично, китайская компания ZhongAn Insurance создала полностью цифровую страховую модель, исключая физическое присутствие и максимально использующую модели машинного обучения для оценки рисков, включая поведенческую аналитику клиентов в реальном времени через API-интеграции с WeChat и Alipay. В бэк-офисе ZhongAn реализована кастомизированная система CRM нового поколения, основанная на облачной архитектуре и динамической сегментации клиентов. Rimac Automobili, малоизвестный хорватский производитель, разработал цифрово-управляемые гиперкары, где ключевыми технологиями стали встроенные нейросетевые контроллеры, использующие машинное обучение для адаптации настроек подвески и батарей в зависимости от условий езды. На уровне предприятия Rimac применяет собственную ERP-систему, интегрированную с CAD/CAE для инженерного моделирования, логистики и производственного планирования. В сфере цифровой медицины примером может служить Kry (Швеция), интегрировавшая Natural Language Processing (NLP) в систему первичной диагностики, позволяющую пациенту описать симптомы в текстовой форме, которые затем автоматически обрабатываются ИИ для

предварительной триажа. Kry использует облачную электронную медицинскую платформу с элементами e-health CRM, включающую управление приёмами, расписаниями и рекомендациями в реальном времени. Все эти кейсы иллюстрируют ключевой тезис: инновационная модель организации формируется в результате цифровой трансформации, а не как её следствие. Она требует перестройки процессов создания ценности, логистики, клиентского опыта и, главное, подхода к управлению данными. На уровне бизнес-модели наблюдаются значительные сдвиги: от продуктовой логики – к платформенной, от прямых продаж – к подписке и API-монетизации, от централизованных структур – к гибридным цифровым экосистемам. Основной акцент делается на гибкость, масштабируемость и персонализацию решений. Применение бизнес-модели Canvas (Osterwalder & Pigneur) позволяет зафиксировать изменения по ключевым блокам: создание и доставка ценности, каналы, клиентские сегменты, структура издержек и источники дохода – все они трансформируются в цифровой среде. Также в рамках исследования проанализированы данные McKinsey, PwC и OECD, подтверждающие высокую зависимость успешности трансформации от наличия целостной цифровой стратегии, вовлеченности руководства и готовности к организационным изменениям.

Сопоставление с ранее опубликованными исследованиями показывает, что большинство авторов сосредоточено на технологической стороне цифровизации – внедрении ERP, CRM, искусственного интеллекта, облачных решений – однако организационные аспекты освещаются эпизодически. В данной статье цифровая трансформация рассматривается именно как структурный процесс изменения всей логики бизнеса, где технология – не цель, а инструмент. Проведённый анализ примеров из различных отраслей демонстрирует, что наиболее устойчивых результатов достигают компании, внедряющие цифровую трансформацию как стратегическую инициативу сверху вниз (top-down). В логистике – как в случае Ocado – это переход к платформенным решениям и киберфизическим системам. В финтехе (ZhongAn) – это алгоритмизация принятия решений и автоматизированный анализ рисков. В машиностроении (Rimac) – управление продуктом через цифровые двойники и real-time мониторинг. В медицине (Kry) – персонализация на основе NLP и телемедицинские платформы. Несмотря на различие отраслей, объединяющим элементом является переформатирование бизнес-модели и данных как стратегического ресурса. Однако на практике цифровая трансформация часто сталкивается с рядом ограничений: низкая цифровая культура, сопротивление изменениям, нехватка компетенций, недооценка организационных рисков. Примеры неудачных кейсов (например, провал цифровизации в ритейлере Target Canada или слабая интеграция SAP в Lidl) подтверждают, что цифровизация без глубинного

пересмотра процессов обречена на провал. Для российских и СНГ-компаний выводы статьи особенно актуальны: цифровая трансформация должна начинаться с формирования цифровой стратегии, вовлечения топ-менеджмента и параллельной работы над изменением бизнес-процессов. Это требует не только внедрения технологий, но и переобучения персонала, реструктуризации ролей, развития культуры быстрых изменений. В качестве рекомендации предлагается использовать модульный подход к цифровой трансформации: запуск пилотных проектов, цифровое проектирование ключевых процессов, формирование цифровой команды (digital squad) и постепенное масштабирование. Практическая значимость статьи заключается в возможности адаптировать анализируемые модели и подходы при разработке собственных стратегий трансформации, особенно для малого и среднего бизнеса, где ресурсы ограничены, но гибкость и скорость внедрения решений – высоки.

Список использованных источников:

1. Нигай Е. А. Цифровизация или цифровая трансформация: выбор направления развития бизнеса // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2024. – №. 1. – С. 91-106.

2. Тельнов Ю. Ф. и др. Выбор типа бизнес-модели для реализации стратегии цифровой трансформации сетевого предприятия // Бизнес-информатика. – 2022. – Т. 16. – №. 4. – С. 50-67.

3. Васильева Е. В. Анализ инструментов выбора стратегии цифровой трансформации бизнес-модели. – 2022. – №. 1. – С. 88-101.

4. Вишневская А. И., Аблязов Т. Х. Цифровая стратегия как основа цифровой трансформации строительных организаций // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2019. – Т. 9. – №. 3-1. – С. 11-20.

5. Нигай Е. А. Формирование цифровых экосистем бизнеса в условиях развития информационного общества: управленческий аспект // Ars Administrandi. – 2023. – Т. 15. – №. 3. – С. 353-376.

© Рахманбердыев М.Ш., 2025

УДК 330

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЦЕССА ДЕДЕМОКРАТИЗАЦИИ

Ребриков Д.Д.

Научный руководитель Михайлова О.В.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Вторая половина XX века в мировой истории ознаменовалась доминированием процессов демократизации в большинстве национальных

политико-экономических систем. После длительного периода господства тоталитарных и авторитарных режимов более чем в тридцати странах мира наблюдалась либерализация политического режима, выражавшаяся в имплементации института свободных выборов, многопартийности, свободы слова, защиты прав человека и пр. В частности, с середины 1970-х годов до середины 1990-х годов количество автократий сократилось на 42%, что существенно повлияло на дальнейшее политическое развитие всего мира [1]. Данный исторический период, Самюэль Хантингтон, а вслед за ним и многие другие политологи, стали обозначать как третью волну демократизации [2].

Однако современный этап мирового политического развития многими экспертами описывается как период дедемократизации. После того как третья волна демократизации, в соответствии с теорией волн С. Хантингтона, затронула большинство стран мира в конце XX века, стало очевидно, что построение демократии является задачей крайне сложной и нерешаемой посредством властного предписания или нормотворчества. Помимо этого, политический процесс последних нескольких десятилетий в очередной раз подтвердил, что консолидация демократии не является однонаправленным линейным процессом, зависящим напрямую от установления соответствующих институтов и внедрения необходимых процедур.

Особого внимания заслуживает исследование причин дедемократизации, в виду того, что ответ на вопрос о причинах возникновения данного процесса позволит выявить основные закономерности развития мировой экономико-политической системы. В частности, в современной науке принято объяснять среди прочего причины дедемократизации через призму доминирующих норм, ценностей и традиций, учитывая характеристики сложившейся экономической системы. В частности, Р. Инглхарт и К. Вельцель отмечали, что демократическая система способна сохраниться только в условиях укорененности в сознании общества продемократических политических ценностей, которые формируются на базе примата индивидуализма и самовыражения [3]. Так, распад демократий в посткоммунистических странах авторами связывается с тем, что в условиях серьезной экономической турбулентности, а также наличии серьезных угроз выживанию общества, имплементация демократических ценностей невозможна. Поэтому трансформационный кризис в данных странах, вызванный переходом от коммунистической модели организации народного хозяйства к капиталистической, не позволил сформировать демократическую политическую культуру.

Жизненная незащищенность, низкий уровень жизни, высокая преступность, по мнению Р. Инглхарта и К. Вельцеля, способствуют распространению ценностей выживания, которые, в свою очередь,

мотивируют людей искать защиты у авторитарных лидеров, выдвигая им запрос на установление жесткой модели управления государством и строгую групповую дисциплину [3]. Таким образом, сформировавшиеся в условиях экономико-социальной нестабильности авторитарные политические ценности способствуют увеличению популярности харизматичных автократов, которые используют ощущение тревоги и угрозы в обществе в своих личных целях, что способствует установлению единоличной диктатуры. При этом, надо отметить, что доминирующие в обществе культурные модели могут изменяться под воздействием внешних факторов, о чем непосредственно свидетельствуют две попытки установления демократии в Германии: после Первой мировой войны и после Второй мировой войны. В частности, Веймарская республика потерпела крах не потому, что ее институциональный дизайн не соответствовал принципам демократической политической системы, а во многом из-за экономического кризиса 1920-х годов, который способствовал укоренению в обществе авторитарных политических ценностей. В свою очередь введение после Второй мировой войны пятипроцентного барьера для прохождения партий в парламент и ослабление полномочий президента представляли собой разумные новшества, но не эти и не другие конституционные факторы предопределили успех демократии в ФРГ, а «экономическое чудо» второй половины 20 века, которое способствовало трансформации политической культуры немецкого общества и установлению, как следствие, демократической политической системы.

Другим подходом, объясняющим процесс дедемократизации, является институциональная теория, в соответствии с которой для установления и сохранения демократического режима необходимо, чтобы в обществе сформировались соответствующие институты. В частности, Д. Асемоглу и Дж. Робинсон отмечают, что установление демократии возможно только в странах, где доминируют инклюзивные институты, отличительной чертой которых является получение дохода от инновационных решений и создания новых технологий. В то же время, если национальная экономика базируется на доходах от продажи полезных ископаемых (нефти, газа и других природных ресурсов), то в политической системе страны происходит централизация управления, устранение оппозиции, а также повсеместное нарушение прав и свобод человека. Поэтому, в период роста цен на углеводороды в странах, зависимых от экспорта данного ресурса, происходит процесс дедемократизации, и наоборот, когда цены на нефть падают в политической системе, страны наблюдается процесс демократизация [4].

В свою очередь, в рамках следующего подхода в качестве причины процесса дедемократизации рассматриваются изменения структуры и характера доминирующей экономической модели. Отмечается, что

модернизация способствует постепенной дифференциации и специализации социальных структур, которая завершается отделением политических структур, что делает возможным формирование демократического политического режима [5]. При этом, А. Пшеворский и Ф. Лимонги, считают, что причинно-следственной связи между ростом уровня жизни населения в диктатурах и демократизацией не существует. Данными авторами было установлено, что не всегда рост дохода на душу населения способствует установлению демократического режима. Однако обратный процесс, заключающийся в обнищании населения, экономическом кризисе, падении уровня производства, способствует распаду демократии и установлению авторитарного режима [5]. С точки зрения вышеуказанного подхода к объяснению причин дедемократизации, экономический рост способствует укреплению стабильности демократического политического режима, а экономический кризис, наоборот запускает в политической системе процесс дедемократизации.

Таким образом, в науке сложились разнообразные подходы к выявлению причин начала процесса дедемократизации, однако в публикациях по данной теме наиболее часто объяснение распада демократии осуществляется двумя причинами: низкие темпы экономического развития страны и рентоориентированное развитие национальной экономической системы. Принято считать, что уровень развития национальной экономики, а также благосостояния граждан является важнейшим фактором, позволяющим государству осуществить успешный переход от автократии к демократии. В частности, многие эксперты делают отсылки к опыту Западной и Восточной Европы, Соединенных Штатов Америки, а также Великобритании. Например, П. Бернхаген отмечает, что рыночная экономика и демократия являются взаимодополняющими компонентами любой политической системы, и только там, где удалось обеспечить высокие темпы роста экономики, удалось сформировать устойчивые демократические режимы [6]. Для данной взаимосвязи характерна и обратная зависимость, а именно экономический кризис, рост уровня безработицы и падение уровня благосостояния населения способствуют эрозии и распаду демократических институтов. Свидетельством в пользу этого аргумента является то, что третья волна дедемократизации началась после начала трансформационного кризиса в постсоциалистических странах. Переход от плановой к рыночной экономике в странах Восточной Европы (страны Совета экономической взаимопомощи, далее СЭВ) и бывшего СССР протекал неравномерно. В частности, бывшие страны СЭВ ввиду недолгого периода строительства социализма и сохранившихся в зачаточном состоянии капиталистических институтов смогли осуществить переход, избежав резкого падения уровня жизни граждан. В то время как рыночные реформы на постсоветском пространстве прошли с большими

издержками (высоким уровнем безработицы, падением уровня жизни, а также оттоком населения за границу). Ответом на это стал запуск процесса дедемократизации в бывших советских республиках. В свою очередь эрозия демократических институтов в странах Восточной Европы (в особенности в Польше и Венгрии) произошла после кризиса 2008 г., который также сопровождался падением уровня жизни и ростом безработицы.

Список использованных источников:

1. Polidano C. Democratization // Handbook on Development Policy and Management. Publisher: Edward Elgar, 2002. P.260.
2. Хантингтон С. Третья волна. Демократизация в конце XX века / Пер. с англ. М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2003. 368 с.
3. Инглхарт Р. Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия // Новое издательство. 2011. С. 237.
4. Аджемоглу Д., Робинсон Дж.А. Почему одни страны богатые, а другие бедные. Происхождение власти, процветания и нищеты. Издательство АСТ, 2015.
5. Przeworski A., Limongi F. Modernization: Theories and facts // World Politics. 1997. Vol. 49. Is. 2. P. 155-183. DOI: 10.1353/wp.1997.0004
6. Bernhagen P. The political power of business: structure and information in public policymaking. L.: Routledge, 2007.

© Ребриков Д.Д., 2025

УДК 339.5

**НЕВИДИМАЯ ЭКОНОМИКА:
СОЦИАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ НЕФОРМАЛЬНОЙ ЗАНЯТОСТИ
В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА**

Редких П.Н.

Научный руководитель Егорова Л.Э.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Невидимая экономика, включающая неформальную занятость и теневые сделки, остается одним из ключевых механизмов адаптации общества к кризисам. В периоды экономических потрясений, таких как рецессии, пандемии или политические кризисы, этот сектор расширяется, становясь для миллионов людей единственным источником дохода. Однако его рост несет не только краткосрочные выгоды, но и глубокие социальные последствия, затрагивающие стабильность общества, уровень жизни и перспективы развития.

Причины роста неформальной занятости в кризис.

1. Сокращение официальных рабочих мест. Во время экономических кризисов компании часто сокращают штат, что приводит к увеличению числа безработных. Люди, теряя стабильный доход, начинают искать альтернативные источники заработка, что часто приводит их в неформальный сектор [2]. Например, в период пандемии COVID-19, по данным Международной организации труда (МОТ), около 60% мировых работников оказались в зоне риска потери доходов, что подтолкнуло многих к неформальной занятости.

Пандемия COVID-19: По данным Международной организации труда (МОТ), в 2020 году около 1,6 миллиарда работников в мире (или 50% глобальной рабочей силы) оказались в зоне риска потери доходов, что привело к значительному увеличению неформальной занятости [1].

2. Гибкость и доступность. Неформальная занятость часто не требует сложных регистрационных процедур, что позволяет людям быстро находить работу. Это особенно важно для мигрантов, женщин и молодежи, которые могут столкнуться с барьерами на формальном рынке труда. В странах Африки и Латинской Америки до 80% трудоспособного населения занято в неформальном секторе. В неформальном секторе можно найти множество различных видов работ, от временных до сезонных, что позволяет людям выбирать наиболее подходящие для них варианты.

3. Низкие издержки для бизнеса. Снижение налоговой нагрузки – работодатели в неформальном секторе могут избежать уплаты налогов и социальных взносов, что позволяет им сократить издержки и увеличить прибыль. Гибкость в управлении трудовыми ресурсами – неформальные работники могут быть наняты и уволены с меньшими затратами и формальностями, что дает работодателям возможность быстро адаптироваться к изменениям на рынке. Социальные последствия – между выживанием и уязвимостью. Отсутствие социальной защиты. Медицинское страхование. Работники неформального сектора часто не имеют доступа к медицинским услугам, что делает их уязвимыми в случае болезни или травмы. Это может привести к финансовым трудностям и ухудшению здоровья. Пенсионные накопления – без официального трудоустройства работники не могут накапливать пенсионные средства, что ставит под угрозу их финансовую безопасность в старости. Пособия по безработице – в случае потери работы неформальные работники не имеют права на пособия, что может привести к серьезным экономическим трудностям. В Индии, где неформальный сектор составляет 90% рабочей силы, лишь 1% работников имеют доступ к соцпакетам [3, 5]. Рост неравенства – разрыв между богатыми и бедными. Неформальная занятость часто приводит к более низким зарплатам и худшим условиям труда, что усугубляет социальное неравенство. Работники в теневом секторе могут зарабатывать значительно меньше, чем их коллеги в

формальном секторе. Уязвимость женщин и детей – женщины и дети чаще всего вовлекаются в низкооплачиваемые и эксплуататорские виды труда, такие как домашний труд или работа на плантациях, что делает их особенно уязвимыми к эксплуатации и насилию. Деформация рынка труда – молодые специалисты в неформальном секторе лишены профессионального роста: отсутствие трудовых договоров исключает доступ к обучению и документированию стажа, что снижает их конкурентоспособность. Закрепление в низкоквалифицированных нишах (доставка, сезонные услуги) ведет к «профессиональной стагнации» – выпускники теряют актуальные навыки, не применяя их на практике. Это усугубляет дефицит кадров в стратегических отраслях, например, в ИТ, где компании сталкиваются с нехваткой специалистов из-за «утечки» молодежи в теневой сектор [5]. Долгосрочные последствия – отсутствие формального трудоустройства может затруднить получение рекомендаций и карьерный рост, что в конечном итоге влияет на экономическое положение молодежи. Криминализация. Связь с незаконной деятельностью – часть неформальной экономики может быть связана с криминальными действиями, такими как контрабанда или торговля людьми. Это подрывает безопасность общества и создает дополнительные риски для работников. Социальные последствия – наличие криминальных элементов в неформальной экономике может привести к увеличению уровня преступности и насилия в обществе. Работники, вовлеченные в такие виды деятельности, могут стать жертвами эксплуатации и насилия со стороны организованных групп. Сложности для правоохранительных органов – неформальная занятость затрудняет контроль и регулирование со стороны государства, что может привести к росту коррупции и снижению доверия к правоохранительным органам.

Позитивные аспекты: амортизатор кризиса. Несмотря на риски, неформальный сектор смягчает последствия кризисов. Во-первых, он обеспечивает базовый доход для миллионов семей, предотвращая тотальную нищету, особенно в регионах с высокой безработицей. Во-вторых, поддерживает локальный спрос через уличную торговлю, ремонтные услуги и мелкое производство, что стабилизирует денежный оборот. В-третьих, снижает социальную напряженность, предоставляя альтернативные источники дохода, как это было видно в пандемию COVID-19 [1, 3]. Сектор демонстрирует высокую адаптивность, быстро осваивая новые ниши – от онлайн-услуг до кустарного производства [2, 4]. Он также служит «инкубатором» для малого бизнеса: многие легальные предприятия в России начинались как неформальные инициативы. В сельской местности неформальная занятость обеспечивает выживание через сельское хозяйство и народные промыслы [4]. Кроме того, сектор сохраняет человеческий капитал, позволяя работникам временно использовать навыки без потери квалификации [5]. Таким образом,

неформальная экономика не только амортизирует кризис, но и создает основу для восстановления. Государство и неформальная экономика: поиск баланса. Попытки искоренить неформальную занятость репрессивными мерами часто проваливаются. Вместо этого требуется интеграция сектора в легальное поле через: упрощение регистрации бизнеса (например, онлайн-платформы в Руанде сократили сроки регистрации с 30 до 3 дней); снижение налоговой нагрузки для микропредприятий [2]. Расширение доступа к соцзащите – в исследованиях РАН подчеркивается необходимость разработки адресных мер для интеграции неформально занятых в систему социальной защиты. Среди ключевых предложений:

Гибкие схемы страхования. Введение добровольных взносов в пенсионные и медицинские фонды для самозанятых и работников теневого сектора, что позволит им накапливать страховой стаж и получать базовые гарантии.

Цифровые платформы. Создание онлайн-сервисов для упрощенной регистрации в социальных программах (например, оформление пособий или доступ к бесплатной медицинской помощи) с учетом мобильности неформальных работников.

Пилотные региональные проекты. Тестирование моделей соцподдержки в регионах с высокой долей неформальной занятости, таких как малые города и сельские территории, с последующим масштабированием успешных практик.

Просветительские кампании. Проведение образовательных программ для информирования работников об их правах и возможностях легализации, включая сотрудничество с профсоюзами и НКО [3].

Образовательные программы по правам работников и финансовой грамотности.

Невидимая экономика – это зеркало системных проблем, обнажающихся в кризис. Она спасает людей от краха, но одновременно закрепляет неравенство и нестабильность. Стратегии ее легализации должны быть гибкими, сочетая экономические стимулы и социальные гарантии. Только так можно превратить теневой сектор из угрозы в ресурс устойчивого развития.

Список использованных источников:

1. Международная организация труда (МОТ). COVID-19 и мир труда: доклад / МОТ. – Женева, 2020. – URL: <https://www.ilo.org/global/topics/coronavirus/lang--ru/index.htm> (дата обращения: 01.10.2023).
2. Радаев, В. В. Неформальная экономика в России: структура, динамика, политика / В. В. Радаев. – М. : Изд-во НИУ ВШЭ, 2016. – 352 с. – ISBN 978-5-7598-1451-2.

3. Российская академия наук. Социальные последствия неформальной занятости в условиях кризиса : аналитический доклад / под ред. С. Ю. Барсуковой. – М. : ИС РАН, 2021. – 118 с.

4. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Занятость и безработица в Российской Федерации: статистический сборник. – М., 2022. – URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 01.10.2023).

5. Барсукова, С. Ю. Теневая занятость: экономические и социальные аспекты / С. Ю. Барсукова // Социологические исследования. – 2019. – № 5. – С. 45-56. – DOI: 10.31857/S013216250004123-5.

© Редких П.Н., 2025

УДК 330.313

ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Решетин Я.А.

Научный руководитель Ильин С.Ю.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Московский государственный юридический университет
имени О.Е. Кутафина (МГЮА)», Москва*

В ходе сложившегося исторического процесса ключевую роль в большинстве государств мира играют бизнес-процессы, под которыми понимаются осуществляемые юридическими и физическими лицами различные коммерческие операции с целью получения прибыли, используемой ими для хозяйственных (предпринимательских нужд), для личного потребления и поддержания имиджа [2, 4, 7]. Проинтерпретированная сущность бизнес-процессов как механизма предпринимательской деятельности означает качественное преобразование ее содержания, которому в отличие от прошлых эпох (примерно до середины прошлого века) присуще активное взаимодействие с общественным сектором, что и породило преобладающий в современном мировом сообществе смешанный тип экономики с характерной для него размытостью рыночных и административных рычагов, сосуществующих не столько в субституциональных, сколько в комплементарных отношениях [1, 6, 9]. Обозначенная конъюнктура, образовавшаяся под воздействием объединения научных теорий, спроектированных на прикладные хозяйственные условия, требующие соблюдения личных и неличных интересов, заставляет предпринимателей придерживаться концепции социально-этичного маркетинга и дифференцированных стратегических и тактических бизнес-действий, приносящих им прямую и косвенную выгоды, интегрирующие у них материальные и духовные

ценности и способствующие упрочнению отношений с государством и обществом [3, 5, 8, 10]. Последнее необходимо для укрепления патриотического настроения граждан, гарантирующего национальную безопасность и международный авторитет государства, без которого органам власти нереально отстаивать интересы своего народа и закладывать фундамент для благополучной жизнедеятельности последующих поколений. Систематизировав эти объективные постулаты, автор концентрирует проводимое исследование на формировании структуры современного предпринимательства с экономик-правовой стороны, аргументируя свой выбор важностью развития бизнес-процессов на основе паритетного (партнерского) взаимодействия, реального только при соблюдении законодательных норм, служащих системообразующим звеном между субъектами хозяйственных (воспроизводственных) отношений.

Данная структура, по авторскому мнению, должна включать в себя два больших элемента, интегрирующих группы предпринимательских выгод в хозяйственно-юридическом понимании:

1. Деловая среда. В ней предприниматели извлекают для себя прямую выгоду. В экономико-правовой части ее составляют расходы по правовому регулированию:

1) процессов разработки продукции. Предприниматели определяются с видами продукции, уровнями продукции, типами марок, способами наращивания товарного ассортимента, товарными группами, показателями товарной номенклатуры;

2) процессов жизненного цикла товара. Предприниматели определяются со сроками этапов жизненного цикла товара, задачами каждого из этих этапов;

3) процессов ценообразования. Предприниматели определяются с типами конкуренции, этапами ценообразования, вариантами ценообразования, вариантами инициативного изменения цены, стратегиями установления цены на товар-новинку;

4) процессов товародвижения. Предпринимателями определяются с элементами товародвижения, типами каналов товародвижения, уровнями каналов товародвижения, типами, факторами сбытовых маркетинговых систем, методами распространения продукции;

5) процессов продвижения продукции. Предприниматели определяются с видами продвижения продукции, изучают их функции, виды, этапы реализации.

Каждый изложенный экономико-правовой процесс принимает участие в формировании производственных и коммерческих расходов и влияет на финансовый результат (прибыль или убыток).

2. Социальная среда. В ней предприниматели извлекают для себя косвенную выгоду (не улучшающую финансовый результат в настоящем,

но мультиплицирующую его и порой высокими темпами в будущем времени). В экономико-правовой части ее составляют расходы по правовому регулированию:

1) процесса оценки бизнес-образа. Предприниматели определяют отношение к их деятельности со стороны общественности, соотносятся принципы и методы с общественными интересами;

2) управление оценкой бизнес-образа. Предпринимателя планируют и претворяют в жизнь программы действий, рассчитанные на понимание и восприятие со стороны общественности.

Каждый из изложенных экономико-правовых процессов нацелен не на одну, а на несколько контактных аудиторий для завоевания авторитета у большинства людей вне целевой аудитории.

Сформированная авторская структура предпринимательской деятельности в экономико-правовом смысловом содержании всецело отражает современную картину ведения бизнеса и отвечает всем устоявшимся социально-этическим маркетинговым принципам, действующим неразрывно с законодательной базой, предусматривающей симбиоз деловой активности и социальной миссии, направленный на сбалансированность коммерческих и общественных интересов, приносящий интегральную выгоду обоим национальным секторам.

Представленная структура отличается монолитностью и гибкостью ее элементов, не идущих вразрез с действующим хозяйствующим механизмом и мотивирующих предпринимателей заниматься не только сугубо коммерческими операциями, но и решать вопросы некоммерческого характера, выгодные как им, так и другим участникам правоотношений на микро- и макроуровне, что способствует оптимальному функционированию как их самих, так и государства и общества на благо своему отечеству.

Список использованных источников:

1. Зернова Л.Е., Михайлов Н.В. Факторы, влияющие на эффективность деятельности организации // Наука и инновации. – 2017. – С. 74.

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. Интенсивное использование производственных ресурсов в аграрном секторе экономики: Монография. – Ижевск: Институт компьютерных исследований, 2012. – 105 с.

4. Ильин С.Ю. Маркетинг. – Ижевск, 2013. – 88 с.

5. Ильин С.Ю. Основы коммерческой деятельности. – Ижевск, 2013. – 82 с.

6. Ильин С.Ю. Финансовый учет. – Ижевск, 2013. – 40 с.

7. Ильин С.Ю. Методологические основы формирования и использования прибыли // Вестник ИжГТУ имени М.Т. Калашникова. – 2014. – № 4 (64). – С. 51-52.

8. Ильин С.Ю., Гоголев И.М., Остаев Г.Я., Кислицкий М.М. Корпоративный маркетинг в современных условиях хозяйствования // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. –2021. – № 3. – С. 127-136.

9. 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.

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

© Решетин Я.А., 2025

УДК 338.262

УПРАВЛЕНЧЕСКО-ПРАВОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ

Романова А.А.

Научный руководитель Ильин С.Ю.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Московский государственный юридический университет
имени О.Е. Кутафина (МГЮА)», Москва*

Жизнеспособность организаций как базовых микроэкономических субъектов для страны и населения в силу ее синергетических преимуществ в материально-экономической и иных сферах, участвующих в развитии нации и всех ветвей власти, необходимых для регулирования денежных и иных общественных интересов, зависит от искусства менеджеров разбираться и принимать оперативные меры в вопросах формирования и укрепления потенциала для их эффективного развития (максимальной результативности и минимальной затратности), для чего им требуются обширные знания не только управленческих, но и правовых нюансов, без которых невозможно выполнять руководящие функции, касающиеся прогнозирования, анализа, моделирования, регламентирования, координирования, мотивирования, учета, оценки, корректировки показателей, отражающих устойчивость хозяйственного механизма в статических и динамических условиях [1, 2, 5, 9, 13]. Такие знания гарантируют организациям управленческо-правовую безопасность, требующуюся для уверенности ее сотрудников в своих карьерных перспективах, которые не могут быть реальными без отлаженных заготовительных, производственных, сбытовых, инвестиционных, инновационных процессов, без высокого уровня интенсификации

операционных, инвестиционных, финансовых денежных потоков, а она, в свою очередь, образуется лишь в случаях монолитности менеджерской политики, связанной с их хозяйственным механизмом, объединяющим все области, участвующие в достижении целей и решении задач, определяемых руководством на текущий момент и на перспективу [3, 6, 10, 11, 12]. Поэтому в данном исследовании будут обозначены конструктивные вопросы, являющиеся, с авторской позиции, приоритетными, поскольку именно они заставляют руководство организаций повседневно и безотлагательно думать над тем, каким образом рационализировать хозяйственные процессы, не неся за свои менеджерские решения юридической ответственности и не ставя возглавляемые ими коллективы в неопределенное положение, затрудняющее действия по выходу из кризисного, депрессивного состояния [4, 7, 8]. К ним автор относит следующие вопросы, не теряющие актуальности ни на каком этапе эволюции человечества:

1. Вопросы операционно-правового характера. При решении данной группы вопросов необходимо знать регламент проведения ценовой политики и ее динамику, выраженную эффектом операционного рычага, представляющего собой мультипликацию (произведение) разницы между 1 и долевым ставкой налога на прибыль и отношения разницы между нетто-выручкой от реализации продукции и переменными издержками (отношения суммы постоянных издержек и прибыли от продаж) к прибыли от продаж, то есть отражающего сравнение темпов изменения чистой прибыли с темпами изменения выручки без косвенных налогов. Процесс ее решения строится на калькуляции цены и себестоимости, определения размера выручки и полных издержек за отчетный и плановый периоды. По перечисленным индикаторам определяется ценовая безубыточность и ценовое равновесие в статике и динамике.

2. Вопросы финансово-правового характера. При решении данной группы вопросов необходимо знать регламент проведения финансовой политики и ее динамику, выраженную эффектом финансового рычага, представляющего собой мультипликацию (произведение) разницы между 1 и долевым ставкой налога на прибыль, разницы между рентабельностью совокупного капитала и ставкой за кредит и отношения средней стоимости заемного капитала к средней стоимости собственного капитала. Эффект финансового рычага означает процент изменения чистой прибыли от изменения соотношения между собственным и заемным капиталом. Содержание определения эффекта финансового рычага говорит о том, что процесс ее решения строится на обосновании размера собственных и заемных средств, на соблюдении соотношения каждой из групп капитала включаемых в статьи пассивов (правой или оборотной части бухгалтерского баланса), оценке ликвидности активов по имеющейся структуре (удельного веса, долей, исчисляемых на основании активной

(левой или внешней) части бухгалтерского баланса). Процесс ее решения строится на определении финансовой устойчивости и платежеспособности, факторных показателей доходности и прибыльности (деловой активности и рентабельности в прямой идентификации соотношения между результатом и накапливаемыми активами и пассивами).

Причина комплементарности этих групп вызвана диверсификацией деятельности современных организаций, и степень сбалансированности в смысле успешности решения причисляемых к ним вопросов, входящих в круг их управленческо-правовой безопасности, выражается эффектом сопряженного рычага, получаемого путем мультипликации (произведения) операционного и финансового эффектов причинно-следственных изменений соответствующих индикаторов. По ее содержанию, видно, что она интегрирует пространственно-временные явления, объединяющие стратегию и тактику организаций.

Группировка вопросов управленческо-правовой безопасности организаций, функционирующих при действующем хозяйственном механизме, по выбранному типологическому признаку объективна, поскольку предусматривает единство и дифференциацию элементов их хозяйственной деятельности. Она способна нацеливать менеджеров на общий управленческо-правовой курс и гибко приспосабливаться к изменениям в финансировании хозяйственных мероприятий и пропорционально развивать свою деятельность, соблюдая интересы сотрудников, не порождая конфликтных ситуаций, и минимизировать правовые риски за счет владения юридическими сведениями из общих и частных нормативных источников. При ее использовании должна сформироваться эффективная система менеджмента по всем краткосрочным и долгосрочным хозяйственным направлениям.

Изложенные и проинтерпретированные в исследования вопросы управленческо-правовой безопасности сонаправлены со сложившейся конъюнктурой, которой присущи многопрофильные хозяйственные операции, находящиеся в скалярной логистической цепочке, содействующей эффективному менеджменту путем интенсификации всех его видов. Добившись ее, организации обеспечат себе краткосрочную (тактическую) и долгосрочную (стратегическую) устойчивость, защитив себя от деструктивных явлений, и гарантируют себе длительную жизнеспособность по сравнению с имеющимися конкурентами.

Список использованных источников:

1. Голубев С.С., Губин А.М., Романенко Н.Ю. Проектный анализ. – М., 2024. – 139 с.
2. Зотикова О.Н., Гончаров Н.А. Аспекты организации контроллинга на предприятии // Дизайн и технологии. – 2019. – № 74 (116). – С. 112-119.

3. Зотикова О.Н., Дембицкий С.Г., Сенков В.А., Домничев Д.Ю. Современные аспекты совершенствования хозяйственной деятельности экономических субъектов. – М., 2024. – 168 с.

4. Зернова Л.Е., Михайлов Н.В. Факторы, влияющие на эффективность деятельности организации // Наука и инновации. – 2017. – С. 74.

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. 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. Организация предпринимательской деятельности. – Ижевск, 2013. – 86 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. Ильин С.Ю., Гоголев И.М., Остаев Г.Я., Кислицкий М.М. Корпоративный маркетинг в современных условиях хозяйствования // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2021. – № 3. – С. 127-136.

12. 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.

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

© Романова А.А., 2025

LIGHT INDUSTRIAL КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ КОМПЛЕКСНОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

Романова М.Н., Алексеева Н.С.

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

Город как место жизнедеятельности населения отличается развитой инфраструктурой и наличием необходимых ресурсов для полноценного существования. Развитие городских отношений в рамках общественного развития обусловлено стремлением к улучшению качества жизни и повышением продуктивности хозяйствования граждан.

Процесс урбанизации осуществляется за счет повышения социально-экономической роли населения и концентрации повседневной деятельности в городах. Данная общественная среда является пространством для реализации человеческого потенциала и отличается доступностью инфраструктуры, развитой транспортной сетью, зонированием территорий в зависимости от назначения их использования, наличием культурного и социального разнообразия. Это способствует повышению эффективности человеческой деятельности ввиду обеспеченности необходимыми ресурсами.

Качество жизни городского населения характеризуется уровнем благосостояния населения, степенью развития социальной и природной среды деятельности. Значимыми показателями для оценки комфортности проживания в городах являются уровень дохода и наличие рабочих мест, жилищные условия, аспекты здравоохранения и социальной защищенности, возможности проявления общественной инициативы.

Важным фактором улучшения качества жизни является наличие и доступность рабочих мест, вблизи массивов проживания городского населения [1, 2]. В настоящее время существуют программы по созданию мест приложения труда. Это позволяет сделать акцент на более рациональном и эффективном использовании городских земель как объекта недвижимости, а также помогает застройщикам привлечь внимание инвесторов к обустройству городской среды [3, 4].

Идея возведения мест приложения труда стимулирует эффективное создание полноценной инфраструктуры [5, 6]. Описываемая программа дает возможность вести трудовую деятельность в непосредственной близости от места жительства граждан, что положительно влияет на логистические процессы. В свою очередь девелоперы, инвестируя в данные объекты, наряду с реализацией жилья получают доход от продажи.

В Москве, начиная с 2020 года, реализуется программа стимулирования создания мест приложения труда (МПАТ) при поддержке Правительства РФ. Целями являются стремление к комплексной и сбалансированной застройке районов, снижению дефицита рабочих мест, сокращению маятниковой миграции [7, 8].

Отличное решение для развития программы МПАТ – создание производственно-складских зданий в формате Light Industrial («Лайт Индастриал») – новое направление развития на рынке индустриальной недвижимости, сочетающее в себе разные виды производств легкой промышленности. Такие промышленные здания отличаются от стандартных складов тем, что располагаются в непосредственной близости к жилым районам. Это позволяет улучшить транспортную доступность, обеспечивает предоставление рабочих мест для жителей близлежащих районов, увеличивает спрос на аренду и покупку в собственность производственно-складских помещений. Административные и производственные подразделения находятся в пределах одного объекта, что дает возможность полноценного ведения бизнеса.

Зарождение идеи создания объектов Light Industrial берет свое начало со времен распада СССР. Массовое производство в соответствии с планом командной экономики осуществлялось на специализированных заводах и фабриках, представляющих собой крупные предприятия. Переход на рыночную систему и отказ от стандартизированного создания товаров и услуг, согласно плану, реформировал взгляд производителей в пользу потребительских запросов и предпочтений. Рынку потребовались универсальные оборудованные индустриальные помещения для осуществления деятельности небольших предприятий, поэтому высвобождение части крупногабаритных неиспользуемых зданий поспособствовало сдаче в аренду или продаже отдельных производственных площадей. Это способствовало появлению ориентированных на запросы потребителей большого количества различных по специфике предприятий и складов.

В современно виде первым объектом отдельного сегмента рынка в формате Light Industrial можно считать проект, построенный холдингом «Строительный Альянс» и успешно введенный в эксплуатацию в 2018 году в Москве. «Industrial City Сырково» – первый в РФ качественный проект производственно-складской недвижимости, сочетающий в себе оборудованные помещения с модулями от 450 кв. м. Инфраструктура данного комплекса сочетает в себе административно-бытовые корпуса, производственные и складские площади, благоустроенную территорию. «Industrial City Сырково» отличается премиальным стилем интерьера, объединяющим лучшие архитектурные решения. Уникальный формат индустриальной недвижимости соответствует всем международным стандартам качества и позволяет совместить производство, склад, шоу-рум

в пределах одного здания, а также является экологически безвредным для окружающей среды.

Light Industrial – сегмент, который смог совместить актуальные направления развития экономики современного города. Данные объекты характеризуются наличием универсальных помещений для ведения бизнеса на всех этапах производственного цикла. Помимо этого, сегмент Light Industrial ориентирован на размещение предприятий легкой промышленности, не наносящих вреда окружающей среде. Данное преимущество позволяет осуществлять производство в непосредственной близости к жилым районам, обеспечивая жителей рабочими местами и улучшая логистические процессы.

Большое значение при выборе земельного участка для возведения объектов Light Industrial имеет транспортная доступность, близость к кольцевым, магистралям и развязкам, наличие мест для парковки и подъезда грузовых автомобилей, а также налаженная система навигации. Чаще всего, объекты легкой промышленности, склады и офисы приоритетнее размещать в пределах города, поблизости к жилым районам, а производства, не привязанные к местоположению конечного потребителя – за городом.

Объекты недвижимости формата Light Industrial чаще всего востребованы для ведения малого и среднего бизнеса. Площадь данных объектов варьируется от 500 кв. м. до 1,5-2,0 тыс. кв. м. Потенциальными арендаторами и (или) покупателями выступают компании, имеющие в распоряжении не крупные производства, ориентированные на операционную эффективность, налаженную эффективную инфраструктуру. Типичные представители целевой аудитории данных площадей – мебельные фабрики, производители упаковки, логистические центры, фармацевтика, логистические операторы, легкая промышленность. Кроме того, спрос на такие объекты может быть актуален для крупных ритейлеров, нуждающихся в оборудованных складах и распределительных центрах, или для бизнеса в сфере электронной торговли (e-commerce). Light Industrial – перспективное направление для инвесторов, которые нуждаются в стабильном доходе от аренды, или девелоперских компаний с целью комплексного обустройства территорий под современные нужды.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что объекты Light Industrial позволяют сконцентрировать различные виды производств в едином пространстве, сочетая промышленные предприятия, складские помещения, офисные и торговые площади. Данный формат недвижимости отличается качественными и эффективно используемыми площадями, возможностью размещения экологически безвредных производств, обеспечивает гибкие возможности для развития и роста конкурентоспособности компаний. Реализация проектов Light Industrial способствует развитию программ по созданию мест приложения труда.

Гарантируя экологическую безопасность, данный сегмент недвижимости позволяет размещать производства легкой промышленности вблизи жилых районов. Это способствует появлению новых рабочих мест и улучшает качество жизни городского населения.

Список использованных источников:

1. Глобальные вызовы цифровой трансформации рынков: теория и практика современного управления, экономики и сферы услуг / В. Э. Щепинин, Е. Е. Абушова, И. Н. Авдеева [и др.]. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2024. – 1028 с. – ISBN 978-5-7422-8831-2. – DOI 10.18720/SPBPU/2/id24-559.

2. Калинина, О. В. Подход к управлению хозяйствующим субъектом в условиях новой реальности / О. В. Калинина, Н. С. Алексеева, М. А. Морозова // Тенденции экономического развития в XXI веке : Материалы V Международной научно-практической конференции. В. 2-х частях, Минск, 01 марта 2023 года. – Минск: Белорусский государственный университет, 2023. – С. 278-280.

3. Pupentsova, S. V. Foreign and Domestic Experience in Environmental Planning and Territory Management / S. V. Pupentsova, N. S. Alekseeva, O. A. Stroganova // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering : International Science and Technology Conference "FarEastCon 2019", Vladivostok, Russky Island, 01–04 октября 2019 года. Vol. 753, 3, Chapter 2. – Vladivostok, Russky Island: Institute of Physics Publishing, 2020. – P. 032026. – DOI 10.1088/1757-899X/753/3/032026.

4. Авксентьева, А. А. Анализ стоимости земельных участков в Санкт-Петербурге / А. А. Авксентьева, Н. С. Алексеева // Неделя науки СПбПУ : материалы научной конференции с международным участием, Санкт-Петербург, 14–19 ноября 2016 года / Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. Том Часть 1. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2016. – С. 196-198.

5. Пашева, Ж. Э. Управление эффективностью инвестиционных проектов в развитие логистической инфраструктуры / Ж. Э. Пашева, С. В. Пупенцова // Актуальные вопросы публичного управления, экономики, права в современных геополитических условиях : сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Калининград, 30 марта 2024 года. – Киров: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, 2024. – С. 428-431.

6. Козин, П. П. Цифровые технологии в управлении инфраструктурными имущественными комплексами / П. П. Козин, Н. С. Алексеева // Цифровые технологии в логистике и инфраструктуре : Материалы международной конференции, Санкт-Петербург, 26 ноября

2020 года – 27 2021 года. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2021. – С. 44-50.

7. Разработка практикоориентированного подхода к оценке рисков проектов в коммерческую недвижимость / А. А. Ильинский, С. В. Пупенцова, И. В. Багаева, Д. А. Мосеев // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2024. – № 2. – С. 79-88. – DOI 10.24143/2073-5537-2024-2-79-88.

8. Девелопмент и управление инвестиционно-строительными проектами в концепции устойчивого развития территорий / Н. С. Алексеева, С. В. Пупенцова, М. А. Морозова, С. А. Бондаренко // Глобальные вызовы цифровой трансформации рынков : Коллективная монография. – Санкт-Петербург : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2023. – С. 30-43.

© Романова М.Н., Алексеева Н.С., 2025

УДК 339.9

РОЛЬ ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ ДИПЛОМАТИИ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЯХ

Рослякова Е.А.

Научный руководитель Носков В.А.

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

На современном этапе развития экономических отношений, всё больше распространяется использование «мягкой силы» в установлении деловых связей между партнёрами. Гастрономическая дипломатия – это стратегическое использование национальной кухни в международных экономических отношениях для достижения эффективного результата партнерства.

По данным Продовольственной и сельскохозяйственной ООН (FAO) в 2023 году 67% международных бизнес-сообществ рассматривали гастрономические мероприятия как одно из важных составляющих успешного переговорного процесса.

Гастрономическая дипломатия формирует благоприятный имидж и позитивный бренд национальной кухни страны, повышая её значимость в различных странах. При этом потребность в национальной кухне страны, может привести к увеличению эффективности её экономики [3].

Гастрономическая дипломатия основывается на нескольких принципах:

использование национальной кухни как символ государства, блюда, которые обладают известностью по всему миру, отражают народную идентичность и уникальные черты страны;

применение гастрономической дипломатии в политических и экономических переговорах, она эффективно влияет на создание благоприятной атмосферы в процессе обсуждения разных видов вопросов;

использование ресурсов, которые не связаны с кухней, но при этом имеют большое влияние на создание общего впечатления от посещения ресторана;

оказание влияния на различные сферы бизнеса: торговля и туризм, гастрономическая дипломатия стимулирует рост инвестиций и побуждает предпринимательскую активность, положительно влияя на экономические показатели страны;

оказание влияния на национальные диаспоры, гастрономическая дипломатия укрепляет и объединяет их, связывая с исторической родиной.

Впервые термин «гастродипломатия» упоминался в 2002 году в журнале «The Economist». Тогда он употребился для описания метода продвижения тайской культуры в мире через Глобальную программу распространения тайской кухни. Данный проект принёс большую известность культурных особенностей страны, что обеспечило рост экономики. Идея программы состояла в том, чтобы происходило развитие международных связей Тайваня, поддержки экономики и привлечения большого потока туристов [2].

Государство потратило больше 15 миллионов долларов на данный проект. Больше сотни шеф-поваров и рестораторов получили финансирование на открытие ресторанов национальной кухни в других странах, в особенности в США. Им предоставлялись бесплатные программы для обучения и займы, которые оказали огромную поддержку для продвижения проекта.

Благодаря этому, тайская кухня заняла третье место по популярности в Америке, а экспорт продуктов из Таиланда достиг рекордных значений в 2022 году – 32 миллиарда долларов. Данный проект привёл к росту числа туристов, которые были заинтересованы в тайской культуре. Это направление стало самым востребованным в пределах Юго-Восточной Азии.

Ещё одним примером успешного применения гастродипломатии является Индонезия. После успешного запуска проекта Таиланда, другие страны тоже начали внедрять его в свои стратегии экономического и культурного развития. Каждый дипломат получил рекомендации в продвижении проекта в государстве, где они осуществляли свою деятельность. Через особенности кухни стран, формировался имидж государства, показывая экономические возможности. Индонезия реализовывала проект через распространение специй. Данная страна

занимает 17 место среди 198 стран мира по экспорту пряностей. Каждый год доход от него государство получает 500 миллионов долларов в бюджет.

Индонезия, реализуя программу Spice Up The World использует традиционный инструмент гастродипломатии – официальные приёмы. На саммите G20, меню гала-ужина и специального ужина было тщательно продумано. Каждое блюдо содержало местные пряности, чтобы продемонстрировать богатство и разнообразие местной кухни.

Помимо продвижения национальных ценностей и товаров на мировой рынок, ещё одной целью гастродипломатии является развитие туризма. Одним из яркого примера – опыт Перу. Долгое время репутация страны была испорчена из-за продолжающихся вооруженных конфликтов между правительством и террористической организацией «Сияющий путь». Для того, чтобы привлечь туристов и очистить свою репутацию, в 2006 году Перу запустило федеральную программу по развитию кулинарии. Спустя пять лет государство получило звание «Лучшего кулинарного направления в мире». С тех пор Перу продолжает удерживать титул, что положительно сказывается на поток туристов, а также на экономику в целом.

Другие страны в Латинской Америке также использовали данную стратегию для продвижения своей культурной идентичности и повышения своей роли на мировой арене.

В Российской Федерации гастродипломатия внедрилась совсем недавно. В 2023 году в Камчатском крае прошло мероприятие, направленное на создание новых авторских блюд из местных продуктов для внедрения их в камчатское меню. При этом ещё одной целью было – введение концепции бренда «Тихоокеанская кухня» [1].

Гастродипломатия имеет свои перспективы и вызовы, с которыми сталкиваются страны. К перспективам можно отнести: цифровизация гастрономической дипломатии; создание международных гастрономических альянсов для укрепления международных отношений стран; развитие гастрономического туризма, как стимул роста экономики стран, а также укрепления международных экономических отношений; подписание новых соглашений о поставках разных видов продуктов, так как страны демонстрируют свои возможности, что привлекает другие государства; развитие мировой экономики, в следствии увеличения поставок товаров и услуг.

При этом гастродипломатия сталкивается с различными вызовами, к которым относятся: барьеры в области культуры и различные пищевые табу; проблемы, возникающие при стандартизации национальных блюд; конкуренция, в следствии желания стран занять лидирующую позицию в гастрономии.

Таким образом, гастрономическая дипломатия в современном мире играет важную роль, так как благодаря ей страны могут демонстрировать свои возможности в национальной кухне. В условиях глобальной конкуренции, при грамотном использовании пищевых традиций, страны могут не только укреплять торговые отношения, но и создавать устойчивые преимущества, помогающие им при завоевании лидирующих позиций.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт «Камчатка-информ» / [Электронный ресурс] // [сайт]. – URL: <https://kamchatinfo.com/epicentre/detail/57615/> (дата обращения: 10.05.2025)

2. Официальный сайт «Forbes» / [Электронный ресурс] // [сайт]. – URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/497342-gastronomiceskaa-diplomatia-kak-strany-i-politiki-vliat-na-ludej-s-pomos-u-edu> (дата обращения: 10.05.2025)

3. Циватый В.Г. Гастрономическая дипломатия и дипломатическая гурманистика: еда в политико-дипломатическом диалоге культур (институциональный аспект) // Материалы III международного симпозиума «История еды и традиции питания народов мира». 2016. - С.424-436.

© Рослякова Е.А., 2025

УДК 336.6

**ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО
В ПРОМЫШЛЕННОСТИ:
ВОЗМОЖНОСТИ И ИНСТРУМЕНТЫ
ДЛЯ СНИЖЕНИЯ КРЕДИТНОЙ НАГРУЗКИ**

Руева М.Н., Огурцова Н.С.

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

Тема государственно-частного партнерства, объединение усилий органов власти и бизнеса приобретает все большее значение в условиях современных вызовов и быстро меняющейся экономической обстановки. Механизмы концессионных соглашений и ГЧП регулярно упрощаются. Оперативный запуск новых проектов в разных сферах позволяет улучшать жизни миллионов граждан России.

Государственно-частное партнерство как инструмент с высоким потенциалом способно стать новым драйвером для развития промышленности, сельского хозяйства, IT-инфраструктуры и прочих направлений в России. Но где движение – там и риски.

Соглашения о ГЧП в сфере промышленности рассматриваются как один из перспективных механизмов обеспечения технологического суверенитета. Президентом РФ в Закон о ГЧП 8 августа 2024 года были внесены поправки, предусматривающие специальный правовой режим федеральных ГЧП-проектов в сфере промышленности. Цель поправок - расширение перечня механизмов, обеспечивающих технологическую независимость Российской Федерации от иностранных компаний.

Недавние поправки в Бюджетный кодекс РФ ограничили размер финансового участия дотационных регионов в ГЧП-проектах. Объем денежных обязательств таких регионов по КС и СГЧП может составлять не более 10% от общего ежегодного дохода бюджета. В 2024 году дотации не получают всего 22 субъекта РФ, то есть для большинства регионов ограничение актуально [2].

Для СГЧП в сфере промышленности такое ограничение может быть не столь критичным. С учетом объективного намерения оставить объект в своей собственности, инвестор не будет требовать финансового участия региона в размере более 50% от затрат по проекту. Сам характер промышленного предприятия предполагает извлечение прибыли от деятельности с объектом СГЧП, которая и должна являться основным источником возвратности инвестиций.

В соответствии с Законом об СГЧП допустимым объектом СГЧП являются «имущественные комплексы, предназначенные для производства промышленной продукции и (или) осуществления иной деятельности в сфере промышленности». Такой объект был включен в перечень допустимых объектов СГЧП еще в 2016 году. С 19 августа 2024 года вступили в силу поправки, предусматривающие специальный правовой режим федеральных проектов в сфере промышленности.

Закон об СГЧП говорит не просто об объекте в сфере промышленности, а об имущественном комплексе.

Правовой статус имущественных комплексов, предназначенных для производства промышленной продукции, может определяться Гражданским кодексом РФ – положениями о предприятии как имущественном комплексе. При этом не ясно, имел ли ввиду законодатель распространение такого сложного правового режима на предприятия как на объекты СГЧП.

Рассмотрим законодательные возможности для использования механизма ГЧП в РФ на современном этапе. Так, все существующие формы государственно-частного партнерства принято делить на «классическое ГЧП», которое регулируется федеральными законами «О концессионных соглашениях» от 21.07.2005 № 115-ФЗ и «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 13.07.2015 № 224-ФЗ, и

так называемое квази-ГЧП, различные формы которого обладают основными признаками классического ГЧП, но имеют отличия в части распределения рисков между участниками проектов и в законодательном регулировании.

С 19 августа 2024 года вступили в силу поправки, предусматривающие специальный правовой режим федеральных проектов в сфере промышленности [1].

Текущая редакция Закона о ГЧП закрепляет фактически 2 вида СГЧП в сфере промышленности в зависимости от уровня их реализации. СГЧП на региональном и федеральном уровнях существенно отличаются. Ключевые особенности отражены в таблице ниже.

Необходимо отметить, что до вступления в силу Закона о внесении изменений проекты СГЧП в сфере промышленности не пользовались большой популярностью у инвесторов.

Программа льготного кредитования проектов в различных секторах экономики «Фабрика проектного финансирования» была утверждена в 2018 году [3]. В рамках Фабрики используется механизм проектного финансирования инвестиционных проектов в приоритетных направлениях экономики, предусматривающий предоставление денежных средств инициаторам проектов на основании договоров синдицированного кредита, а также применяются иные меры поддержки.

СГЧП в промышленности потенциально соответствуют «инвестиционным проектам» Программы Фабрики, так как изначально направлены на создание, развитие или модернизацию и эксплуатацию производственных мощностей и (или) объектов инфраструктуры, создание предприятий как имущественного комплекса, создание и (или) внедрение технологий, создание и организацию нового производства продукции, расширение имеющихся производственных мощностей.

Программой Фабрики установлен ряд общих критериев, которым должен соответствовать проект [1]:

соответствие отраслевым направлениям из приложения к Программе Фабрики, таким как обрабатывающая промышленность, строительство инфраструктуры, создание высокотехнологичных и опытных производств, производство оборонной продукции и продукции двойного назначения и пр.;

реализация проекта на основе проектного финансирования на территории РФ (финансирование предоставляется на срок не менее 3 лет, источником погашения задолженности являются доходы от эксплуатации финансируемого объекта);

стоимость проекта составляет не менее 3 млрд. рублей;

не менее 20% финансирования за счет собственных средств заемщика;

срок финансирования не более 20 лет;

срок окупаемости инвестиционного проекта не превышает 30 лет.

Для СГЧП также предусмотрены дополнительные требования к содержанию соглашения. СГЧП должен предусматривать следующие условия:

размер возмещения публичным партнером затрат частного партнера на обслуживание кредита не должен превышать размера фактических затрат на обслуживание кредита (за вычетом выплат по договорам хеджирования риска изменения ставки ЦБ РФ);

предельный размер возмещения затрат частного партнера на обслуживание кредита должен определяться исходя из размера эффективных процентных ставок для заемщика по таким кредитам, рассчитываемых с учетом выплат по договорам хеджирования риска изменения ставки ЦБ РФ;

получение частным партнером доходов от эксплуатации объекта СГЧП и (или) за счет иных источников, не связанных с получением средств из бюджета, внебюджетных фондов или средств государственных (муниципальных) учреждений.

В декабре 2023 года в Программу Фабрики был включен новый механизм поддержки – предоставление ВЭБ.РФ поручительств по «технологическим кредитам». Технологический кредит выдается системно значимой кредитной организацией в целях финансирования проектов технологического суверенитета или структурной адаптации. Такой механизм мог бы быть востребован инвесторами по СГЧП. СГЧП не предусматривает полной гарантии возвратности инвестиций за счет средств бюджета без риска потери права собственности на объект СГЧП, а банки в этом случае могут требовать дополнительное обеспечение по кредиту, так как бюджетные обязательства могут не покрывать старший долг. Таким обеспечением и могло бы стать поручительство ВЭБ.РФ.

К сожалению, технологический кредит в соответствии с Программой Фабрики не может быть выдан в целях финансирования СГЧП. Таким образом, данный механизм не применим к СГЧП в промышленности.

Фонд развития промышленности является государственным фондом развития промышленности, учрежденным в соответствии со статьей 11 Закона о промышленной политике. ФРП субсидируется из федерального бюджета [2]. Цель субсидий – предоставление фондом займов на финансовое обеспечение проектов исходя из необходимости достижения следующих ожидаемых результатов: улучшение условий для создания и развития предприятий; сокращение зависимости экономики РФ от импорта критически важных для устойчивого развития продуктов, оборудования и технологий.

Критерии отбора получателей займов, условия и порядок финансового обеспечения проектов определяются ФРП по согласованию с Минпромторгом РФ, Минэкономразвития РФ и ВЭБ.РФ.

Эффективность предоставления займов ФРП также оценивается по ряду показателей, например, по общему количеству проектов, количеству создаваемых высокопроизводительных рабочих мест. ФРП предоставляет займы по нескольким программам [2], в частности, «производство высокотехнологической продукции с импортозамещающим потенциалом», «внедрение наилучших доступных технологий», «производство комплектующих» и пр. Процентные ставки и сумма займа зависят от цели использования займа, отрасли производства и варьируются от 3% до 7% и от 10 млн. рублей до 5 млрд. рублей. Срок займа также зависит от программы и может составлять до 15 лет.

Ограничения по суммам займа по ряду программ могут не позволить профинансировать весь проект полностью. Но в ряде случаев такие займы с учетом низкой ставки облегчают финансовую модель и уменьшают сумму возмещения затрат на создание (реконструкцию) объекта СГЧП.

Таким образом, в условиях высокой ставки ЦБ РФ целесообразно рассматривать займы ФРП в качестве альтернативного источника финансирования отдельных затрат в проектах СГЧП в промышленности. При этом займ ФРП нужно будет в проекте синхронизировать с банковским кредитованием (при наличии), например, в части минимизации риска неполучения займа ФРП, старшинства долга, ограничений на погашение займа по младшему долгу и иным параметрам.

ФРП является оператором программы по льготному финансированию промышленных проектов по производству приоритетной продукции. Льготное финансирование осуществляется за счет субсидирования части процентной ставки по кредиту, предоставленному кредитной организацией. Программа КИП реализуется исключительно в промышленной отрасли для инвестиционных проектов, направленных на производство приоритетной продукции. Размер кредита составляет от 2 до 100 млрд. рублей, но не более 80% стоимости проекта. Размер льготной ставки составляет 0,3 ключевой ставки ЦБ РФ, увеличенной не более чем на 3%, но до 9,3% при ключевой ставке ЦБ РФ 21%. Размер субсидии кредитной организации на компенсацию недополученных доходов определяется исходя из 90% ключевой ставки ЦБ РФ. Период льготного кредитования – с даты заключения кредитного договора до истечения 2 лет с завершения инвестиционной фазы проекта.

Порядком предоставления субсидии предусмотрен ряд требований к инвестиционным проектам, заемщикам и содержанию кредитных договоров.

Основным вопросом при реализации любых ГЧП-проектов, и в отрасли промышленности, в частности является обеспечение возвратности инвестиций частного партнера.

Список использованных источников:

1. Спицына Т. А., Марголина Е. В. Проблемы и перспективы применения механизма государственно-частного партнерства в промышленности // Экономические системы. 2023. №3.
2. Кружкова И. И. Привлечение финансирования в проекты государственно-частного партнерства // ЕГИ. 2022. №3 (41).
3. Аверкиева Елена Сергеевна Государственно-частное партнерство как институт стимулирования предпринимательской деятельности // JER. 2024. №1.

© Руева М.Н., Огурцова Н.С., 2025.

УДК 336.7

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ ПЕНСИОНЕРОВ: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Русанов А.С., Бычкова Л.В.

*Курский филиал федерального государственного образовательного
бюджетного учреждения высшего образования*

«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Курск

В условиях стремительных изменений в финансовом секторе и цифровизации экономики вопрос финансовой грамотности населения приобретает особую актуальность. Особенно это касается пожилых граждан, которые часто сталкиваются с трудностями в понимании и использовании современных финансовых инструментов. Низкий уровень финансовой грамотности среди пенсионеров делает их уязвимыми перед финансовыми рисками, включая мошенничество, нерациональное управление личными финансами и недостаточное понимание пенсионных накоплений.

Согласно данным аналитического центра НАФИ, только 11% россиян старше 55 лет считают свои финансовые знания достаточными. При этом 45% пенсионеров полагаются исключительно на государственную пенсию, не имея дополнительных источников дохода. Это создаёт серьёзные риски для их финансовой стабильности. Более того, с каждым годом увеличивается количество обращений в правоохранительные органы по фактам мошенничества, совершённого в отношении пожилых граждан. Большая часть подобных преступлений связана с недостаточной финансовой и цифровой грамотностью жертв.

Государственная стратегия повышения финансовой грамотности населения Российской Федерации на 2017-2023 годы определяет пожилых людей как одну из приоритетных целевых групп. Однако реализация этой стратегии сталкивается с рядом проблем: отсутствием мотивации к обучению, слабой доступностью образовательных программ в отдалённых

регионах, а также физическими и когнитивными ограничениями старшего поколения.

В процессе подготовки статьи использовались методы анализа статистических данных, анкетирования и сравнительного анализа. В 2024 году автором было проведено онлайн-анкетирование среди 128 пенсионеров Курской области. Основной целью опроса было выявление уровня базовых знаний в сфере финансов, умения пользоваться банковскими продуктами и оценки доверия к цифровым сервисам. Также рассматривались доступность образовательных программ и интерес к ним. Дополнительно анализировались отчёты НАФИ, ВЦИОМ, данных Центрального банка РФ, а также открытые публикации научных учреждений и практические руководства по финансовому обучению пожилых людей.

Результаты анкетирования показали, что 67% респондентов не умеют пользоваться интернет-банкингом, а 39% никогда не слышали о таких инструментах, как ИИС, облигации федерального займа или накопительное страхование жизни. Это свидетельствует о крайне ограниченном кругозоре в сфере управления личными финансами.

На вопрос о том, как пенсионеры принимают финансовые решения, 52% ответили, что «доверяют опыту» или «спрашивают у знакомых», и лишь 11% обращаются к официальным источникам информации (веб-сайтам банков, Центрального банка, portalу «Моифинансы.рф»). Это указывает на необходимость развития системы консультационной поддержки для пожилых граждан.

Позитивной тенденцией можно считать увеличение числа пенсионеров, посещающих бесплатные курсы по финансовой грамотности при библиотечных или социальных центрах. Например, в Курске в 2023 году в таких занятиях приняли участие более 400 человек. Это показывает, что при наличии доступного формата и дружественной среды старшее поколение готово учиться и повышать свою осведомлённость.

Следует также учитывать особенности восприятия информации пожилыми людьми: лучше воспринимается текстовая информация на бумаге, структурированные схемы, пошаговые инструкции. Поэтому необходимо разрабатывать специальные образовательные модули с учётом этих факторов. Такие методики уже применяются в проектах, реализуемых Центральным банком РФ и Пенсионным фондом.

Кроме того, важно учитывать роль социальных институтов. Школы третьего возраста, волонтёрские объединения студентов-экономистов и банков, работающих с пожилыми, способны стать эффективными каналами передачи знаний. В рамках таких инициатив могут проводиться тренинги, симуляции мошеннических звонков и тренировки навыков цифровой гигиены.

Проблема недостаточной финансовой грамотности пенсионеров требует комплексного подхода. Одного лишь увеличения объёма информации недостаточно – требуется также формирование устойчивой мотивации к обучению. Это возможно, если показать пожилым людям, что грамотность влияет на реальное качество жизни: возможность избежать мошенничества, грамотно управлять пенсией, планировать расходы, находить выгодные предложения.

Опыт зарубежных стран также показывает эффективность интеграции финансового просвещения в системы здравоохранения и социальных услуг. Например, в Германии при выдаче социальных пособий пенсионерам выдаются брошюры с базовыми рекомендациями по финансовому поведению. В Японии действуют автоматические консультанты в почтовых отделениях, помогающие пожилым клиентам выбрать оптимальные финансовые продукты.

Таким образом, несмотря на некоторые позитивные сдвиги, уровень финансовой грамотности среди пенсионеров в России остаётся низким. Для его повышения необходимо: развивать доступные программы обучения, включая дистанционные форматы с учетом возрастных особенностей восприятия информации; поддерживать инициативы некоммерческих организаций и университетов, вовлекающих пожилых граждан в образовательные проекты; создавать консультативные службы при социальных учреждениях; повышать цифровую грамотность пенсионеров как основу для безопасного доступа к финансовым сервисам; формировать положительный имидж финансовой самостоятельности в пожилом возрасте через СМИ и примеры успешного опыта.

Только системная работа на уровне государства, общества и конкретных специалистов способна изменить ситуацию и обеспечить достойный уровень жизни старшего поколения в условиях современной экономики.

Список использованных источников:

1. Зеленицова А. Не исключая пожилых // Известия. 2019. URL: [https://iz.ru/893668/anna-zelentcova/ne-iskliuchaia-pozhilykh​;contentReference]

2. Уровень финансовой грамотности пенсионеров вырос до 79% // РБК Тренды.2023[https://trends.rbc.ru/trends/social/651425549a794712f643ec27]

3. У россиян отсутствует финансовая грамотность – ВЦИОМ // Информационное агентство "Финансовые известия". 2019. URL: [https://www.if24.ru/rossiyane-obladayut-krajne-nizkoj-finansovoj-gramotnostyu-vtsiom/]

4. Большинство россиян не приготовили финансовую подушку на старость–РБК.2025
https://www.rbc.ru/politics/10/02/2025/67a5cc9e9a7947bec952b0e8]

5. Афанасьева Л.А., Асеева А.А., Белостоцкий А.А., Бычкова Л.В., Демченко А.А., Занина О.В., Есенкова Г.А., Зарецкая В.Г., Рудых А.С., Асеева О.Ю. Современные подходы к трансформации концепций стратегического управления в социально-экономических системах: монография. Курск: Университетская книга, 2025. – 200 с.

© Русанов А.С., Бычкова Л.В., 2025

УДК 347.4

**ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ:
ПРОБЛЕМЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА**

Русскова Е.Н.

Научный руководитель Ветрова Е.А.

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

Защита прав потребителей – важнейшая составляющая правовой системы любой страны. В России вопросы защиты потребительских прав приобрели особую актуальность в последние десятилетия, поскольку рынок товаров и услуг развивается быстро, а потребители становятся все более активными и информированными. Однако несмотря на существование законодательства, направленного на охрану прав потребителей, существует множество проблем, требующих решения для повышения эффективности этих норм.

Основным нормативным актом, что регулирует права потребителей в России, является Закон РФ «О защите прав потребителей», который был принят еще в 1992 году и с тех пор неоднократно подвергался изменениям и дополнениям. Этот закон обеспечивает потребителям широкий спектр прав: право на информацию о товаре, право на безопасность товаров и услуг, право на получение качественного обслуживания и возможность защиты своих интересов в случае нарушения этих прав.

Кроме того, на уровне гражданского, административного и уголовного законодательства также закреплены различные нормы, касающиеся защиты прав потребителей. Например, «Гражданский кодекс РФ» и «Кодекс РФ об административных правонарушениях» содержат статьи, регулирующие обязательства продавцов и поставщиков перед покупателями.

Однако на практике правовая защита потребителей сталкивается с рядом проблем, связанных как с несовершенством самого законодательства, так и с его практической реализацией.

Одной из основных проблем в сфере защиты прав потребителей является недостаточная осведомленность граждан о своих правах. Хотя в последние годы ситуация улучшилась, по-прежнему значительная часть потребителей не знает, как правильно обращаться с жалобами, какие именно права им предоставлены законом, и как их отстаивать. Кроме того, многие потребители не понимают, как правильно интерпретировать информацию, представленную на упаковке товаров или в договорных условиях.

Правовое просвещение в России все еще оставляет желать лучшего. Потребители не всегда могут эффективно использовать механизмы защиты своих прав, так как не знают, как действовать в случае нарушений. Например, процесс подачи жалобы в Роспотребнадзор или обращения в суд зачастую требует знаний юридических процедур, что может вызвать трудности у обывателей. Отсюда выводится решение – оставить проблему, пока кто-то другой за неё не возьмётся. Это напрямую является проблемой потребителя.

Даже если потребители выигрывают дела в судах, на практике они сталкиваются с трудностями в исполнении судебных решений. Проблемы с возвратом денег или выполнением обязательств со стороны компании-ответчика происходят довольно часто, что свидетельствует о слабости правоприменительной практики. Иногда фирмы просто игнорируют решения судов, и потребители остаются без компенсации.

Необходимо отметить, что в некоторых случаях законодательство, несмотря на свою направленность на защиту прав потребителей, имеет серьезные пробелы, которые позволяют крупным компаниям манипулировать законами в своих интересах. Лоббирование со стороны крупных бизнес-структур и недостаточное внимание к проблемам потребителей со стороны органов власти часто приводит к тому, что потребители остаются в проигрыше.

С развитием электронной коммерции возникли новые вызовы для защиты прав потребителей. Заключение договоров через интернет связано с рисками, такими как отсутствие четкой информации о товаре, трудности с возвратом товара, возможное мошенничество со стороны продавцов.

Законодательство в этой сфере развивается, но остаются проблемы с правовой защитой покупателя в виртуальном пространстве, особенно когда продавец зарегистрирован в другой стране.

Несмотря на то, что Закон о защите прав потребителей запрещает продажу некачественных товаров, на практике все еще встречаются случаи, когда продавцы предлагают товары с дефектами или оказывают услуги ненадлежащего качества за цену товара/услуги с отличной составляющей. Отсутствие должного контроля за качеством товаров и услуг, а также проблемы с возвратом дефектных товаров приводят к

недовольству потребителей и снижению их доверия к рыночным отношениям.

Одним из важных шагов на пути улучшения защиты прав потребителей является повышение уровня правового просвещения граждан. Необходимо развивать системы обучения и информирования, в том числе через интернет, социальные сети и другие каналы, доступные широкой аудитории. Важно проводить массовые кампании по распространению информации о правах потребителей, особенно в отношении новых форм торговли, таких как интернет-торговля.

После выполнения данной меры граждане будут больше осведомлены в своих правах и возможностях, за что чаще станут бороться за справедливое отношение к себе и к потребляемым продуктам.

Необходимо ужесточить контроль за качеством товаров и услуг, особенно в тех отраслях, где часто встречаются нарушения (например, в сфере медицины, жилищного строительства, бытовой электроники). Важным шагом может стать создание независимых экспертных организаций, которые будут проводить сертификацию товаров и услуг, а также предлагать независимые консультации потребителям. Также шагом к усилению контроля за качеством может стать маркировка товара, что позволит гражданину узнать информацию о производителе, об основных составляющих продукта и о пользе. Такая система маркировки уже существует – «Честный знак». Однако мало кто о нём знает и тем более пользуется.

Для повышения доверия к правовой системе необходимо создать эффективную систему компенсаций для потребителей. Это может включать создание государственных фондов для возмещения ущерба в случаях, когда компания-ответчик не выполняет судебные решения. Также важно предусмотреть более жесткие санкции для тех, кто систематически нарушает права потребителей.

В свете активного развития интернет-торговли необходимо адаптировать законодательство к новым условиям. Это включает введение четких правил для защиты потребителей в интернет-магазинах, создание механизмов защиты от мошенничества в сети. Такие правила с каждым днём упрощаются в понимании, что помогает потребителям разной осведомленности в структуре маркетплейсов следить за выполняемыми поставщиками обязательствами.

Разберём механизм возврата более подробно. Изменения в законодательстве, касающиеся возврата товаров, с учетом специфики интернет-торговли, являются необходимыми. Важно, чтобы покупатели имели возможность легко вернуть товар без лишних сложностей, особенно если товар не соответствует заявленным характеристикам или имеет дефекты. Законы должны четко регламентировать процесс возврата и

обмена товаров, а компании обязаны обеспечивать прозрачность и удобство этих процессов для потребителей.

Законодательство должно предусматривать более жесткие санкции для компаний, систематически нарушающих права потребителей. Важно ввести более строгие штрафы и другие меры ответственности для организаций, которые продают некачественные товары, не предоставляют должной информации или нарушают условия договоров. Под другими мерами ответственности можно понимать лишение лицензии на производство/продажи продукции, что не прошла проверку у специальных комиссий по контролю товара; сокращение оборота выпускаемой продукции при высоком уровне жалоб от покупателей и прочие подобные меры.

Система коллективных исков, уже существующая в некоторых странах, может стать важным инструментом для защиты прав потребителей в России. Этот механизм позволит гражданам объединяться для подачи исков против крупных компаний, что значительно упростит процесс защиты прав и повысит эффективность исковой работы.

Реклама – сегодня один из самых важных инструментов по продвижению товара. Однако не каждая реклама несёт в себе правдивую оценку и характеристику продукта. Для борьбы с недобросовестной рекламой и маркетинговыми манипуляциями следует усилить контроль за рекламой и продажами товаров и услуг. Важно создать более жесткие требования к рекламе, которые бы предотвращали манипуляции с ценами, скидками и условиями покупки. Также можно ввести санкции за использование ложной или вводящей в заблуждение информации в рекламе, что поспособствует повышению ответственности компаний и улучшению условий для потребителей.

Защита прав потребителей в России является важным элементом функционирования рыночной экономики и правового государства. Несмотря на наличие соответствующего законодательства, существует ряд проблем, которые мешают эффективной реализации прав потребителей. Совершенствование законодательства в этой области, повышение уровня правового просвещения, улучшение контроля за качеством товаров и услуг, а также создание более эффективных механизмов защиты потребителей позволят создать более безопасную и справедливую среду для граждан и бизнеса.

Список использованных источников:

1. Баженова Л.В., Мокрушин В.И. Анализ системы гражданско-правовой защиты прав потребителей // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2025. №2-1 (101). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sistemy-grazhdansko-pravovoy-zaschity-prav-potrebiteley> (дата обращения: 05.05.2025).

2. Михайленко В.А. Защита прав потребителей в эпоху цифровизации // Journal of Monetary Economics and Management. 2025. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zaschita-prav-potrebiteley-v-epohu-tsifrovizatsii> (дата обращения: 05.05.2025).

3. Сирасовна А.К., Чистова В.А. Совершенствование законодательства о защите прав потребителей: Актуальные вопросы // Северо-Кавказский юридический вестник. 2019. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-zakonodatelstva-o-zaschite-prav-potrebiteley-aktualnye-voprosy> (дата обращения: 05.05.2025).

4. Староверова О.В. Особенности развития механизмов защиты потребителей финансовых услуг // Аудиторские ведомости. 2025. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razvitiya-mehanizmov-zaschity-potrebiteley-finansovyh-uslug> (дата обращения: 05.05.2025).

© Русскова Е.Н., 2025

УДК 338.242.2

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ ТАМОЖЕННОГО АУДИТА

Садловская А.В.

Научный руководитель Шпак А.С.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Сибирский государственный университет
науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева», Красноярск*

В условиях глобальных изменений в системе международной торговли, связанной с ростом интеграции и усилением конкуренции, эффективный таможенный аудит как форма контроля после выпуска товаров становится необходимой мерой для обеспечения соблюдения требований законодательства, оптимизации процедур и повышения уровня безопасности на границах. Изучение международного опыта позволяет выявить практики, адаптировать их к специфике национальной системы и повысить эффективность проведение таможенного аудита.

Таможенный аудит – меры, позволяющие таможенной службе убедиться в правильности заполнения деклараций и достоверности указанных в них сведений путем проверки имеющихся у заинтересованных лиц соответствующих книг учета, счетов, документооборота и коммерческой информации [1].

В 2014 годы Приказом ФТС России от 29.10.2021 № 960 «О проведении эксперимента по внедрению таможенного аудита» была законодательно введена рабочая группа по вопросам повышения эффективности таможенного контроля после выпуска товаров с использованием методов аудита. В настоящее время институт

таможенного аудита в России одновременно сочетает в себе результативность таможенного контроля и сокращение времени на его осуществление.

В мае 2020 года Правительством РФ была утверждена Стратегия развития таможенной службы до 2030 года. Положения Стратегии отражают ключевые направления совершенствования деятельности таможенных органов и касаются вопросов их дальнейшего развития:

- формирование института таможенного аудита как дополнительного инструмента в рамках осуществления государственных услуг;

- формирование института таможенного аудита как дополнительного инструмента, позволяющего учитывать данные при необходимости подтверждения предоставляемых при таможенном контроле упрощений;

- использование международных стандартов Всемирной таможенной организации, таможенного аудита, таможенного мониторинга для популяризации применения участниками внешнеэкономической деятельности добровольных систем оценок соответствия таможенному законодательству [2].

В соответствии со Стратегией развития целью проведения таможенного аудита выступает независимая оценка осуществляемых внешнеторговой деятельности на предмет соответствия требованиям действующего законодательства, а также выявление таможенных рисков. Основными источниками информации, необходимой таможенным органам для формирования аудиторского заключения, являются первичные документы (внешнеторговый контракт, декларация), бухгалтерская отчетность, регистры аналитического и синтетического учета и т.д.

Методика проведения таможенного аудита состоит из следующих этапов. Определение объекта проверки – при помощи использования системы управления рисками таможенный орган выбирает участника внешнеэкономической деятельности для проверки проведенных им операций. Выбор направления контроля – могут включать в себя проверку бухгалтерской отчетности, достоверность заполнения деклараций и определения кода товара в соответствии с товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности, корректность определения таможенной стоимости и др. Установление источников информации – по общему правилу основным источником выступает база таможенных органов, однако могут быть истребованы сведения федеральных органов исполнительной власти, например, Федеральной налоговой службы России или Министерства внутренних дел РФ. Анализ и сопоставление данных – проведение проверки достоверности и полноты сведений из различных источников и представленной информацией для выявления возможных несоответствий. Формирование запросов для получения дополнительных сведений – при необходимости могут быть направлены требования в адрес проверяемого лица, государственных органов или третьих сторон для

предоставления дополнительной информации. Подготовка итогового заключения – формируется отчет с выводами по результатам проверки и выявленным нарушениям. Передача заключения по результатам аудита субъекту внешнеэкономической деятельности – заключение направляется проверяемому лицу с целью информирования о результатах аудита и, при необходимости, для последующего устранения выявленных нарушений.

Рассмотрим практику применения таможенного контроля после выпуска товаров в других странах. Для анализа технологии проведения таможенного аудита были взяты Европейский союз, Китай и Япония.

В странах Европейского Союза таможенный контроль координируется через таможенный кодекс ЕС, который вступил в силу в 2016 году. Каждая страна-член ЕС имеет свою службу, ответственную за таможенные проверки, но существует общая нормативно-правовая база. Цель таможенного аудита обусловлена формой взаимодействия стран, а именно цель представляет собой гармонизацию таможенных процедур в странах-членах ЕС, защита единого рынка и контроль над соблюдением общих правил торговли.

Наиболее часто проводится пост-торговый аудит, что позволяет контролировать правильность расчета таможенных пошлин и других сборов. И даже компании, осуществляющие внешнеторговую деятельность в течение продолжительного периода времени, могут подвергаться периодическим проверкам на предмет соблюдения законодательства ЕС.

В Китае таможенные операции контролируются главным таможенным управлением КНР. Основное внимание уделяется проверке правильности оформления экспортных и импортных операций, а также соблюдения тарифных и нетарифных барьеров. Китайские компании обязаны предоставлять подробные сведения о стоимости товаров, их происхождении и других характеристиках. Проверка документов и физическая проверка товаров являются важными элементами аудита.

Цель проведения таможенного аудита представляет собой снижение фальсификаций и уклонений от уплаты налогов и сборов, а также борьба с контрабандой. Как и в других странах, основное внимание уделяется аудитам после того, как товары были выпущены из таможни. Это включает проверку отчетности и инвойсов. Однако в случае выявления нарушений возможны не только штрафы, но и запрет на ведение внешней торговли.

В Японии особое внимание уделено тщательной проверке документов, связанных с экспортом и импортом товаров. Японская таможня известна своей высокой степенью организации и прозрачности в процессе таможенного контроля, что способствует минимизации возможности для коррупции и манипуляций. В государстве используются ИТ-решения и автоматизированные системы для ускорения процессов и минимизации человеческих ошибок [3].

Япония придает большое значение добровольному соблюдению законодательства, именно поэтому целью таможенного аудита является стимулирование добросовестной торговли.

Несмотря на сходства в целях проведения таможенного аудита – проверка соблюдения законодательства, корректность начисления и уплаты таможенных платежей, борьба с контрабандой – Россия имеет отличительные особенности в его технологиях и направлениях осуществления:

таможенный аудит часто проводится после выпуска товаров в свободное обращение для проверки соответствия заявленных данных фактическим характеристикам;

таможенные органы тесно взаимодействуют с налоговыми органами для сопоставления данных о внешнеэкономической деятельности участников и уплате налогов;

в России возможен многоступенчатый контроль, включающий как проверку документации, так и физический осмотр товаров.

Таможенный аудит в разных странах имеют свои особенности, но в большинстве случаев основной акцент сделан на борьбу с уклонением от уплаты пошлин, фальсификациями документов и контрабандой. В ЕС акцент сделан на автоматизацию процессов и рискориентированный подход, в то время как в странах с более строгими административными процедурами, как Россия и Китай, может присутствовать более интенсивный контроль и вмешательство правоохранительных органов. В некоторых странах, как Япония, таможенные органы стремятся к добровольному соблюдению законодательства со стороны участников внешнеэкономической деятельности.

Список использованных источников:

1. Международная конвенции об упрощении и гармонизации таможенных процедур: [принят 18 мая 1973 года] – Текст: электронный // КонсультантПлюс: сайт. – 2024. – URL: <https://clck.ru/3FBdkm>.

2. Российская Федерация. Законы. Стратегия развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года: Распоряжение Правительства РФ № 1388-р: [принят 23 мая 2020 года]. – Текст: электронный // КонсультантПлюс: сайт. – 2020. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_353557/?ysclid=m4l42mqulg569813828.

3. Романчук А.В. Перспективные направления совершенствования таможенного контроля после выпуска товаров / А.В. Романчук. – Текст: электронный // электронная библиотека «КиберЛенинка»: сайт. – 2022. – URL: <https://clck.ru/3FBeD6>.

© Садловская А.В., 2025

**ПРОЕКТНЫЙ ПОДХОД
К ВНЕДРЕНИЮ ПРОБИОТИКА «АМИЛОЦИН»
В СИСТЕМЫ КОРМЛЕНИЯ И УХОДА
ЗА КРУПНЫМ РОГАТОМ СКОТОМ, СВИНЬЯМИ И ПТИЦЕЙ**

Сазанович Е.Ю.

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

Современное животноводство нуждается в экологически безопасных, биологически эффективных и экономически оправданных средствах для повышения продуктивности и устойчивости животных к болезням. Одним из таких решений является внедрение пробиотических препаратов в системы кормления. Препарат «Амилоцин», разработанный компанией ООО «Арлен-Агро», представляет собой пробиотик нового поколения, предназначенный для крупного рогатого скота (КРС), свиней и птицы. Для успешного внедрения продукта на рынок и его интеграции в производственные процессы агропредприятий важно применение инструментов проектного менеджмента.

Целью данной статьи является рассмотрение проектного подхода к внедрению пробиотика «Амилоцин» в системы кормления и ухода за КРС, свиньями и птицей. Проектный подход позволяет в первую очередь структурировать процесс внедрения инновационного продукта на рынок, установить этапы, определить ответственных, ресурсы и ожидаемые результаты. В рамках данного анализа были использованы инструменты проектного менеджмента, рекомендованные в стандартах PMBOK и ISO 21500. Они включают в себя определение целей, разработку плана проекта, анализ рисков, управление заинтересованными сторонами, контроль выполнения задач и оценку результатов. Кроме того, был проведен опрос среди специалистов аграрной отрасли, использующих «Амилоцин», и анализ отчетности пилотных хозяйств.

Препарат «Амилоцин» представляет собой комплексный пробиотик на основе *Bacillus subtilis*, сочетающий свойства стимулятора роста, иммуномодулятора и антагониста патогенной микрофлоры. В ходе проекта по внедрению препарата были выделены следующие ключевые этапы:

1. Инициация проекта: анализ рынка и потребностей фермерских хозяйств, определение целей проекта (увеличение прироста, снижение падежа, экономия на антибиотиках), определение целевых видов животных.

2. Планирование: разработка календарного плана внедрения, бюджетирование, составление матрицы ответственности (RAM), выбор

пилотных хозяйств. Были предусмотрены этапы тестирования в хозяйствах на 30, 60 и 90 дней.

3. Исполнение: обучение персонала хозяйств (ветеринары, зоотехники), логистика поставок, сбор данных о физиологических показателях животных и экономических результатах.

4. Мониторинг и контроль: использовалась система КРІ, в которую вошли: суточный прирост, конверсия корма, частота заболеваний, затраты на ветеринарные препараты. При этом проводился ежемесячный аудит результатов.

5. Завершение проекта: подведение итогов, сравнительный анализ результатов с контрольной группой, подготовка отчетности для заказчика и разработка масштабируемой модели внедрения в другие хозяйства.

В ходе пилотного внедрения на 5 хозяйствах в разных регионах РФ были получены следующие результаты:

у КРС наблюдалось увеличение среднего суточного прироста на 12-15% по сравнению с контрольной группой;

у свиней снизился уровень кишечных заболеваний на 30-40%, особенно у молодняка;

у птицы увеличилась яйценоскость на 8-10% и улучшилось качество скорлупы;

экономическая эффективность применения препарата составила до 9 рублей прибыли на каждый 1 рубль затрат.

На стадии мониторинга применялись методы сбора обратной связи, проведения контрольных замеров, аудита ветеринарных данных. Риски, связанные с отклонением дозировок, были нивелированы за счёт автоматизации процесса внесения добавки.

Применение проектного управления позволило минимизировать риски внедрения (отказ от препарата, снижение продуктивности, негативная реакция со стороны сотрудников хозяйства), повысить контролируемость процесса и обеспечить достижение планируемых результатов.

Внедрение пробиотика «Амилоцин» с применением проектного подхода позволило структурировать процесс, оптимизировать затраты и обеспечить ожидаемый эффект от использования биопрепарата. Практика показала высокую эффективность методов проектного менеджмента при внедрении ветеринарных и зоотехнических инноваций.

Рекомендуется использовать данный опыт при масштабировании применения пробиотика «Амилоцин» на другие регионы и хозяйства. Важно также обеспечить постоянное сопровождение проектов опытными координаторами, поддерживать обратную связь с конечными пользователями и корректировать продуктовую стратегию на основе аналитических данных.

Список использованных источников:

1. Руководство по управлению проектами PMBOK® Guide, 7-е издание. Project Management Institute, 2021.
2. ISO 21500:2012. Руководство по управлению проектами.
3. Калашников А.П., Морозов С.В. Биотехнологии в животноводстве. – М.: Колос, 2020.
4. ООО «Арлен-Агро». Техническое описание пробиотика «Амилоцин». Москва, 2024.
5. Румянцев В.А. и др. Влияние пробиотиков на продуктивность сельскохозяйственных животных // Животноводство России. – 2022. – № 9. – С. 45–48.
6. Кузнецова Е.А. Биотехнологии в животноводстве. – СПб.: Лань, 2021.

© Сазанович Е.Ю., 2025

УДК 336.748.12

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНФЛЯЦИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕР ПОДДЕРЖКИ ЭКОНОМИКИ

Сайфуллин Р.Е., Нигматзянова Л.Р.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Казанский государственный энергетический университет», Казань

Инфляция, как устойчивое повышение общего уровня цен, остаётся одной из ключевых экономических проблем, особенно в периоды кризисов. С 2020 года мировая экономика столкнулась с рядом потрясений: пандемия COVID-19, геополитические конфликты, энергетический кризис и торговые войны. Эти факторы усилили инфляционное давление, требуя от государств оперативных и эффективных мер регулирования. Данная статья представляет сравнительный анализ антикризисных мер в США, Еврозоне (с акцентом на Германию) и России в период 2020-2025 годов, с особым вниманием к монетарной и фискальной политике.

Исследование основано на данных Международного валютного фонда, Всемирного банка, Федеральной резервной системы США (ФРС), Европейского центрального банка (ЕЦБ), Банка России, а также национальных статистических агентств. Применены методы сравнительного анализа, позволяющие выявить эффективность различных стратегий регулирования инфляции в условиях кризиса.

Период 2020-2025 годов характеризуется высокой волатильностью мировой экономики. Пандемия нарушила глобальные цепочки поставок, вызвав дефицит товаров и рост цен. Конфликт между Россией и Украиной

привёл к энергетическому кризису, особенно в Европе. С 2024 года США ввели новые тарифы на импорт, что усугубило торговые напряжённости и усилило инфляционное давление. Эти события потребовали от центральных банков и правительств оперативных и скоординированных действий для стабилизации экономической ситуации.

В ответ на пандемию ФРС в 2020 году снизила ставку до 0-0,25% и запустила программу количественного смягчения. Закон CARES обеспечил значительные фискальные стимулы. Однако к 2021 году инфляция начала расти, достигнув 7% к концу года. ФРС отреагировала повышением ставки до 4,25-4,5% в 2022 году. В 2024 году инфляция составила 2,4%, но в 2025 году прогнозируется её рост до 2,7% из-за новых торговых тарифов и замедления экономического роста. ФРС планирует снизить ставку до 3,9% к концу 2025 года, однако сохраняет осторожность в условиях экономической неопределённости.

ЕЦБ в 2020 году запустил Программу экстренных покупок в связи с пандемией (PEPP) и удерживал ставки на низком уровне. Инфляция в Еврозоне достигла пика в 8,4% в 2022 году, после чего начала снижаться, составив 2,3% в феврале 2025 года. В 2025 году ЕЦБ снизил ключевые ставки на 25 базисных пунктов, установив ставку по депозитам на уровне 2,5%. Однако экономический рост остаётся слабым, с прогнозом на 2025 год в 0,9%.

Центральный банк России в 2020 году снизил ключевую ставку до 4,25%, но в 2022 году резко повысил её до 20% в ответ на геополитический кризис. В 2025 году ставка удерживается на уровне 21%. Инфляция в 2025 году прогнозируется на уровне 6,8%. Фискальные меры включают субсидии для ключевых отраслей и социальные выплаты, однако их эффективность ограничена в условиях санкционного давления.

Сравнительный анализ показывает, что своевременность и координация монетарной и фискальной политики являются ключевыми факторами в борьбе с инфляцией (табл. 1). США и Еврозона изначально применяли мягкую монетарную политику, что привело к росту инфляции. Россия, напротив, быстро ужесточила денежно-кредитную политику, что стабилизировало инфляцию, но замедлило экономический рост. Фискальные меры, такие как программа CARES в США и «Kurzarbeit» в Германии, смягчили социальные последствия, но также усилили инфляционное давление. В условиях глобальных вызовов, таких как торговые войны и энергетический кризис, международная координация экономической политики приобретает особую значимость.

Эффективное регулирование инфляции в условиях кризиса требует сбалансированного подхода, учитывающего как внутренние, так и внешние факторы. Опыт США, Еврозоны и России показывает, что оперативность и координация монетарной и фискальной политики могут существенно повлиять на динамику инфляции и экономического роста.

Для будущих исследований рекомендуется анализировать долгосрочные последствия принятых мер и разрабатывать стратегии, способствующие устойчивому экономическому развитию в условиях глобальной нестабильности.

Таблица 1 – Динамика инфляции и ключевых ставок, 2020-2025 гг.

Страна	Год	Инфляция, %	Ключевая ставка, %
США	2020	1,4	0-0,25
	2021	7,0	0-0,25
	2022	6,5	4,25-4,5
	2023	3,4	4,25-4,5
	2024	2,4	4,25-4,5
	2025	2,7(Прогноз)	3,9
Еврозона	2020	1,4	-0,5
	2021	7,0	-0,5
	2022	6,5	0-4,5
	2023	3,4	4,5
	2024	2,4	3,25
	2025	2,7(Прогноз)	2,5
Россия	2020	3,4	4,25
	2021	6,7	8,5
	2022	13,8	7,5
	2023	7,5	7,5-21
	2024	7,8	21,0
	2025	6,8 (прогноз)	21,0

Список использованных источников:

1. Федеральная резервная система США. Отчет о монетарной политике. – Вашингтон: Federal Reserve, 2023. – 78 с.
2. Европейский центральный банк. Экономический бюллетень. – Франкфурт: ЕЦБ, 2023. – 64 с.
3. Центральный банк Российской Федерации. Отчет о денежно-кредитной политике. – М.: Банк России, 2023. – 56 с.
4. Bureau of Labor Statistics. Consumer Price Index Summary. – Washington: BLS, 2023. – 22 с.
5. Международный валютный фонд. World Economic Outlook, April 2024: Recovery Amid Divergence. – Вашингтон: IMF, 2024. – 210 с.
6. Trading Economics. Данные по инфляции и процентным ставкам, 2020–2025 гг.
7. Центральный банк Российской Федерации. Основные направления ДКП на 2024–2025 гг. – М.: Банк России, 2024. – 66 с.
8. Росстат. Индекс потребительских цен. – М.: Росстат, 2023. – 15 с.

© Сайфуллин Р.Е., Нигматзянова Л.Р., 2024

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СТАРТАПОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Самандасюк А.В., Егорова Л.Э.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Стартапы играют важную роль в экономике, способствуя инновациям, созданию рабочих мест и экономическому росту. Но в современных условиях они сталкиваются с рядом проблем, которые могут затруднить их развитие.

Стартап – это новейшая компания, которая находится на стадии развития и строящая свой бизнес на основе новых инновационных идей, либо на основе только что появившейся технологии. Его характерными чертами является: инновационность, ограниченность начальных инвестиций, быстрое развитие, низкие шансы на успех. По статистике более 70% данного вида бизнеса прекращают свою деятельность в первый год работы [1].

Безрукова Т.Л. Выделяет следующие этапы превращения стартапа в полноценный и стабильный бизнес. Первый этап включает в себя зарождение самой идеи организации, патенты или продукты, которые будут использованы в осуществлении деятельности. Второй этап заключается в становлении компании. Здесь уже функционирует выпуск продукции, но финансовый результат убыточный. Третий этап – стадия раннего роста. На данном этапе компания набирает производственно-хозяйственные обороты, на рынке она занимает определенное место и может выйти из убытков на прибыль. Четвёртый этап является самым важным в подготовке и открытии бизнеса. Здесь определяется окупаемость проекта, необходимость дальнейшего инвестирования. Пятый этап включает в себя набор персонала, если было принято решение продолжать деятельность. И последняя стадия – стадия зрелости. На этом этапе стартап уже считается стабильной, прибыльной компанией с хорошим управлением и бизнес-структурой [1].

В Российской Федерации создание стартапов в большинстве случаев является реализацией ноу-хау, либо сами компании-стартапы являются венчурными проектами, то есть высокорискованными. В условиях российской экономики развитие стартапов играет значительную роль в развитии именно инновационного сектора.

Популярными направлениями в 2024-2025 гг. для создания стартапа являются:

информационные технологии и искусственный интеллект – это компании, которые занимаются разработкой нейросетей, компьютерного зрения, чат-ботов и т.п.;

финтех – это цифровые банки, платежные системы, блокчейн-решения несмотря на жесткое государственное регулирование данной сферы;

биотехнологии и медицина – сюда относится развитие телемедицины в отдаленных территориях России, диагностика на основе искусственного интеллекта, разработка лекарств и их создание с наименьшими затратами ресурсов, как человеческих, так и других компонентов;

кибербезопасность – разработка различных программных обеспечений, предназначенных для защиты данных, антифрод-системы и многое другое, что помогает обеспечить сохранность данных как компаний, так и общества в целом;

энергетика и «зеленные» технологии – создание альтернативной энергетики, которая будет нести наименьший вред для окружающей среды, переработка отходов;

онлайн-обучение – платформы для онлайн-образования, корпоративного обучения, языковые приложения;

маркетплейсы – онлайн-магазины, сайты с прайсами, различные логистические решения или компании по предоставлению логистических услуг.

Среди наиболее успешных стартапов, запущенных в России, выделяют следующие компании. Первое место занимает компания Neiry – передача информации от мозга компьютера, запущенная в 2017 году и продолжающая свою деятельность по сей день. Идея компании заключается в следующем: это разработка носимых устройств, такие как наушники и головные повязки, которые считывают мозговую активность с помощью электроэнцефалографии и других сенсоров. Данные устройства в режиме реального времени могут анализировать психофизическое состояние пользователя, определяя уровень усталости, работоспособности, стресса и другие психические и физические параметры человеческого организма. Данная компания в 2024 году заработала выручку более 300 млн. руб. Второй компанией в рейтинге является Briskly – торговля без продавцов. Год запуска 2018. Идея компании заключается в создании оборудования и программного обеспечения, предназначенного для торговли без человеческого ресурса. Компания создала приложение В-Рау, через которое покупатели сканируют штрихкод товара и оплачивают их. В 2024 году компания привлекла более 1,7 млн. долларов инвестиций для дальнейшего развития идеи. Также в приложении В-Рау было совершено более 8 млн. покупок на общую сумму около 1,5 млрд. руб. третье место занимает компания ShinSale – выкуп б/у шин на основе AI-оценки. Была основана в 2018 году на основе идеи-сервиса по покупке и продаже б/у

автомобильных шин и дисков. При этом компания разработала платформу с использованием искусственного интеллекта, который помогает пользователям оценить состояние шин по фотографии и формировать оптимальную стоимость. Ы 2023 году получила выручку в размере 165,5 млн. руб., а в 2024 году привлекла еще 60 млн. руб. для дальнейшего развития [2]. Также к наиболее успешным и популярным стартапам относятся «Яндекс», Wildberries, «СберМаркет», «Авито», и многое другое.

Все эти компании показывают, что успех стартапа возможен при правильном управлении ресурсами и при действительно новой и значимой для экономики идеи. При этом, как и любой субъект экономической системы стартапы сталкиваются с определенными проблемами на этапах своего развития или создания.

Самой большой проблемой является отсутствие инновационной и венчурной базы в экономике. Многие компании неохотно внедряют инновации придерживаясь больше экстенсивному пути развития, а не интенсивному, тем самым тормозя развитие своего предприятия и как следствие экономики в целом. При этом в связи с определенным исторически сложившимся менталитетом, в российской экономике не обладает популярностью венчурные инвестиции, что ограничивает в финансировании начинающих стартапов. Также в российской экономике сложились так называемые системы единых требований к проектам и объективная инвестиционная привлекательность, которая на самом деле зависит от субъективной оценки инвестора [3].

Прозрачность рынка также имеет определенное влияние, поскольку большинство инвестиций происходят закрыто, то есть ни инвестор, ни сама компания стартапа не разглашают об инвестициях, делая свою деятельность максимально сокрытой. Таким образом для начинающих стартаперов сбор информации об инвесторах является сложной задачей [3].

Третьей проблемой является наличие стартапов в России как аналогов зарубежных компаний. Многие начинающие компании берут основу какой-либо крупной зарубежной компании, добавляют свою идею или переделывают основные функции и выпускают на российский рынок под видом совершенно новой идеи, которая имеет лишь несколько отличительных особенностей. Примером может являться те же самые сервисы «ВКонтакте», «Яндекс», «Телеграмм», которые были созданы на основе Facebook и Google. Данную проблемы можно объяснить тем то, на данный момент времени развитие стартапов за рубежом является одной из главных тенденций глобальной экономики [4].

Наиболее существенной проблемой является образование, которое на данный момент не способно подготавливать молодых специалистов, которые будут способны генерировать новые идеи для будущих проектов.

Это объясняется устаревшей системой образования и ограниченным финансированием. Также отсутствие мотивации у обучающихся играет не последнюю роль [4].

В последние 3 года стартапы сталкиваются с такой проблемой как санкции, введенные в связи с началом специальной военной операцией, что также существенно ограничивает ресурсы и финансирование. Еще с 2014 года российская экономика находится под санкциям зарубежных стран и в связи с чем многим предприятиям, включая стартапы, приходится оптимизировать свои ресурсы прибегая к различным методам и закупкам. Также существенное ограничение финансирования Центральным банком, под видом повышенной ключевой ставки, является большой проблемой. Из-за данных негативных факторов значительно сократилось количество начинающих стартаперов, поскольку под влиянием столь жестких мер компании не могут выйти на стабильное управление и закрываются.

При этом не смотря на существующие проблемы идея «стартапов» остается актуальной на данный момент времени и имеет огромные перспективы, связанные с глобализацией рынка, развитием инноваций и т.п.

Таким образом, стартапы сталкиваются со множествами вызовами современных условиях, однако при правильном подходе и использовании доступных ресурсов компании имеют все возможности на успех. При этом несмотря на сложное для экономики России время государство старается обеспечить поддержкой как со стороны регулирования, так и со стороны финансирования.

Список использованных источников:

1. Безрукова Т. Л., Степанова Ю. Н., Шанин И. И., Дуракова Ю.В. Современное состояние и развитие стартапов // Успехи современного естествознания. - 2015. – No 1. – С. 95-97.
2. Фролова К. А. Проблемы реализации стартапов в РФ // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2015. – No 3. – С. 75-78.
3. Мясникова М. Д. Проблемы при реализации стартапов на территории России // Форум молодых ученых. – 2019. – No 2 (30). – С. 1045-1049.

© Самандасюк А.В., Егорова Л.Э., 2025

**ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ
И ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ:
КАК ПОКОЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗУЮТ НОВЫЕ ПОДХОДЫ
В ОБРАЗОВАНИИ**

Самойлова М.М.

Научный руководитель Нефедова Л.В.

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

В последние годы искусственный интеллект и виртуальная реальность получают все большее распространение в образовательной сфере. Однако представители разных поколений по-разному относятся к технологиям и используют их.

Искусственный интеллект (англ. Artificial intelligence) – это область компьютерных наук, которая посвящена созданию и развитию систем и программ, способных выполнять задачи, требующие интеллектуальных и творческих способностей человека. На начальном этапе развития робототехники промышленные и иные роботы действовали исключительно по заданным программой алгоритмам. Впоследствии цифровые технологии и программные комплексы сделали возможным создание и развитие искусственного интеллекта (далее ИИ) [1, с. 174].

В Национальной стратегии развития ИИ до 2030 г., утверждённой Указом Президента Российской Федерации от 10 октября 2019 года приводится следующее определение понятия «искусственный интеллект» – это «совокупность технологических решений, способных имитировать когнитивные функции человека и достигать результатов, как минимум сопоставимых с человеческим интеллектом, что также включает в себя способность к самообучению и поиску решений без заранее заданных алгоритмов» [2].

Есть мнение, что искусственный интеллект является предметом компьютерных наук и создаваемые на его основе технологии – это информационные технологии, позволяющие совершать разумные рассуждения и действия с помощью вычислительных систем и иных искусственных устройств [3, с. 80].

Искусственный интеллект стал неотъемлемой частью современного образовательного процесса, значительно изменив способы, которыми школьники и студенты получают знания и развивают навыки. Существуют различные технологии, основанные на ИИ, которые успешно используются в учебных заведениях, и каждая из них предлагает уникальные возможности для улучшения образовательного опыта.

Одна из самых популярных технологий – это образовательные платформы с технологией адаптивного обучения. Эти программы анализируют успеваемость и стиль обучения каждого студента, создавая индивидуализированные учебные планы. Благодаря адаптивному обучению студенты могут осваивать материал в своём темпе, уделяя больше времени тем темам, которые вызывают сложности, и продвигаясь быстрее по темам, которые они уже понимают.

Другая важная область применения ИИ в образовании – это платформы обучающего контента, которые могут помогать в изучении языков, такие как Duolingo, например. Они основаны на ИИ, могут предлагать учащимся интерактивные задания, такие как диалоги с виртуальными персонажами или переводы в зависимости от уровня языковых навыков пользователя, что помогает им развивать навыки общения и повышения словарного запаса.

В настоящее время студенты и школьники также часто пользуются чат-ботами, такими как ChatGPT, например. Они могут отвечать на вопросы по темам, которые изучаются, помогать решать задачи и предоставлять разъяснения, с их помощью студенты могут получать мгновенные отзывы на свои работы или задания, что ускоряет процесс обучения.

По некоторым данным, в настоящее время более 260 российских вузов и более 1600 кафедр разрабатывают и внедряют образовательные технологии и программы, связанные с вопросами искусственного интеллекта [3].

Кроме того, приведём некоторые статистические данные, доказывающие популярность искусственного интеллекта на рынке образовательных технологий. Согласно статистическим данным, исследование компании HolonIQ выявило, что в 2020 году объем рынка образовательных технологий, включая ИИ, составил более 252 миллиардов долларов США, с прогнозом роста до 404 миллиардов долларов к 2025 году [4]. Эта цифра подчёркивает важность технологий в образовательной сфере и подтверждает, что учебные заведения все чаще используют новые методы обучения.

Также согласно исследованию Global Market Insights, к 2025 году рынок ИИ в образовании достигнет 6,1 миллиардов долларов США, при ежегодном темпе роста более 47% [5].

По данным UNESCO, к 2030 году 70% учебных заведений внедрят ИИ-технологии.

Одной из недавних инноваций в образовании является виртуальная реальность, которая используется от преподавания истории до помощи учащимся в математических навыках.

Сегодня виртуальная реальность – быстро развивающаяся компьютерная технология, создающая симулированную среду, в которой

пользователи могут взаимодействовать с трёхмерными объектами, ощущая полный эффект погружения.

Виртуальная реальность в образовании – это новый подход к подаче и усвоению научного материала. Преимуществом данной технологии является возможность оказаться в другом месте, выполнять действия, которые невозможны или труднодоступны в реальной жизни.

Статистика говорит о том, что объем рынка VR в сфере образования в 2023 году оценивается в 11,8 млрд. долларов. По данным Research and Markets, объем рынка виртуальной реальности в сфере образования в 2024 году составил 16,13 млрд. долларов, а в 2025 году – 22,26 млрд. долларов. Ожидается, что в ближайшие несколько лет рынок виртуальной реальности в сфере образования будет расти в геометрической прогрессии. К 2029 году его объём вырастет до 86,96 млрд долларов [6] (рис. 1).



Рисунок 1 – Прогноз роста рынка VR в образовании (2023-2029 гг.)

В настоящее время технология VR активно и успешно применяются в обучении. Она позволяет создать иммерсивную образовательную среду, где студенты могут погружаться в процесс обучения, получать практические навыки и опробовать теоретические знания в безопасной среде. Например, в Йельском университете удачно протестирована VR-тренировка проведения хирургической операции на желчном пузыре. Группа, использующая VR, была на 29% быстрее и в 6 раз реже допускала ошибки [7].

Кроме того, виртуальная реальность может помочь в изучении естественнонаучных дисциплин. Очки виртуальной реальности позволяют учащимся оказаться в научных лабораториях, наблюдать и проводить реалистичные виртуальные эксперименты, взаимодействовать с макро- и микрообъектами, совершать путешествия в мир математических объектов и т.д.

Помимо естественнонаучных дисциплин, VR предполагает изучение и гуманитарных наук. Корпорация Google уже не первый год работает над созданием виртуальных экскурсий по мировым достопримечательностям. В конце 2019 года был запущен виртуальный тур по Версальскому дворцу, для создания которого использовано 132 тысячи фотографий. Есть также туры по Большому театру в Москве, Букингемскому дворцу в Лондоне и другим объектам культурного наследия. И их число будет только расти с каждым годом [7].

Среди первых систем виртуальной реальности также были тренажёры для подготовки пилотов. Эти устройства позволили значительно повысить уровень подготовки лётчиков, обеспечив им возможность отрабатывать навыки управления самолётом в безопасной среде. Виртуальная реальность создала иллюзию полёта, позволяя моделировать различные сценарии и ситуации, которые могут возникнуть в реальной жизни, такие как отказ оборудования, плохие погодные условия или экстренные манёвры.

Различные поколения по-разному воспринимают и используют новые подходы в образовании, связанные с искусственным интеллектом и виртуальной реальностью. Согласно теории поколений, рассмотрим три основных поколения: поколение X, также известное как «иксы» или «потерянное поколение», включает людей, родившихся приблизительно с 1965 по 1980 годы, поколение Y (миллениалы) – люди, родившиеся в период с начала 1980-х до середины 1990-х годов, и зумеры – представители поколения Z, родившихся на стыке тысячелетий (1997-2010 гг.).

Поколение Z, выросшее в цифровую эпоху, активно применяет ИИ в учебных процессах. Они легко осваивают новые технологии и используются такие приложения, как виртуальные репетиторы и интеллектуальные обучающие платформы, которые предлагают интерактивные способы получения знаний. Зумеры предпочитают учиться через интерактивные платформы, где есть возможность играть с данными. ИИ помогает им ориентироваться в большом объёме информации, фильтруя и подбирая наиболее подходящие ресурсы для изучения. Важно отметить, что молодые люди часто относятся к технологиям с оптимизмом, в том числе и к технологиям виртуальной реальности, веря в их потенциал улучшить образование. Они чувствуют себя комфортно в роботизированной среде, понимая, что ИИ может облегчить трудоёмкие задачи и позволить больше внимания уделять креативной работе.

Миллениалы, выросшие в эпоху стремительного технологического прогресса, также, как и представители поколения Z, довольно позитивно относятся к новым технологиям. В отличие от предыдущих поколений, миллениалы склонны принимать новые технологии с относительной лёгкостью и интересом, что обусловлено их опытом и привычкой использовать цифровые устройства в повседневной жизни. Представители поколения Y активно используют технологии искусственного интеллекта (ИИ) в различных сферах своей деятельности. Например, работают с такими платформами как Zoom и Google Workspace, где ИИ используется для автоматизации рабочих процессов и улучшения коммуникации внутри команды, или используют сервисы для анализа данных, такие как Looker и Qlik Sense. Что касается виртуальной реальности, миллениалы активно

используют VR для игр, что также может быть образовательным, если игры направлены на развитие навыков или знаний.

С другой стороны, старшее поколение, например, представители поколения X, может воспринимать новые технологии с некоторым недоверием или осторожностью. Для многих из них ИИ и VR – это чуждые и новаторские концепции, требующие времени для привыкания. Хотя они начинают осознавать преимущества этих технологий, например, в овладении новыми навыками или улучшении учебного процесса, у них может быть привычка полагаться на традиционные методы обучения. Это выражается в предпочтении учебников, лекций и других классических форматов, которые кажутся более привычными и понятными. Другими словами, поколение X относится к новым технологиям как к инструментам, бросающим вызов традиционному обучению.

В целом, интеграция ИИ и VR в образовательный процесс представляет собой значительный шаг вперёд в эволюции обучения. Она способствует не только более глубокому пониманию материала, но и созданию более гладкой и доступной образовательной среды для всех поколений. Тем не менее, для достижения максимальной эффективности важно учитывать особенности каждого поколения и адаптировать подходы под их уникальные потребности.

Таким образом, разные поколения не только по-разному используют эти технологии, но и по-разному воспринимают их влияние на образование. Представители более старших поколений могут относиться с недоверием к идее, что технологии могут полностью заменить привычные методы. Они могут подчёркивать необходимость присутствия преподавателя и межличностных взаимодействий, которые сложно воспроизвести в виртуальном пространстве. Молодое поколение, напротив, стремится к уменьшению зависимости от традиционных методов обучения, предпочитая самостоятельно управлять своим образовательным процессом через использование технологий.

Список использованных источников:

1. Габдулов, И.Н. Определение понятия искусственного интеллекта / И. Н. Габдулов // . – 2019 – Т. 1, № 9(36). – С. 173–176.

2. Указ Президента РФ от 10.10.2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» (вместе с «Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года») // «Собрание законодательства Российской Федерации». – 14.10.2019. – № 41. – ст. 5700

3. Лаптев, В. А. Понятие искусственного интеллекта и юридическая ответственность за его работу / В. А. Лаптев // Право. Журнал Высшей школы экономики. – 2019 – №2 – С. 79–102.

4. Рост до \$404 млрд к 2025 году, микрообучение и гонка маркетинговых бюджетов – как обстоят дела в EdTech / vc.ru – URL:

<https://vc.ru/education/242530-rost-do-404-mlrd-k-2025-godu-mikroobucheni-i-gonka-marketingovyh-byudzhetrov-kak-obstoyat-dela-v-edtech>

5. Искусственный интеллект (ИИ) в области рынка образования / Проверенные рыночные отчеты – URL: <https://www.verifiedmarketreports.com/ru/product/artificial-intelligence-ai-in-education-market/>

6. Virtual Reality in Education Market Report 2025 / Research and Markets – URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5767510/virtual-reality-in-education-market-report>

7. Виртуальная реальность в образовании / Высшая школа бизнеса – URL: <https://hsbi.hse.ru/articles/virtualnaya-realnost-v-obrazovanii/>

© Самойлова М.М., 2025

УДК 331.101.3, 65.015.3

**ПРИМЕНЕНИЕ ТИПОЛОГИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ
В.И. ГЕРЧИКОВА
ПРИ ПОСТРОЕНИИ ПРОФИЛЯ МОТИВАЦИИ ДОЛЖНОСТИ**

Самородова Н.О.

Научный руководитель Никифорова Л.Х.

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

В статье рассматривается эмпирическое исследование, основанное на применении типологической концепции В.И. Герчикова для построения профиля мотивации должности «бизнес-аналитик» и «специалист по процессному управлению». Профстандарты по этим должностям лежат в основе обучения бакалавров направления подготовки 25.03.03 «Аэронавигация», профиль подготовки – «Организация бизнес-процессов на воздушном транспорте» в МГТУ ГА.

На основе анализа профессиональных стандартов и компетенций был разработан портрет идеального сотрудника и проверена гипотеза о доминирующих типах мотивации студентов, обучающихся по данному направлению подготовки. Результаты исследования, представленные в статье, позволят определить преобладающие типы мотивации по данным должностям и предложить стимулы для эффективного управления персоналом.

Глобализация во взаимодействии с постиндустриализацией, транснационализацией, региональной интеграцией и некоторыми другими процессами, несомненно, выступает как одна из главных, фундаментальных тенденций развития мирового хозяйства, в том числе развития индустрии транспорта. Однако за всеми технологическими и

экономическими изменениями в авиационной отрасли стоит человеческий капитал. Данное суждение находит подтверждение в работе Резник Т.М. о том, что во многих международных нормативных стандартах по организации авиаперевозок говорится о важности человеческого фактора в системе функционирования авиационной отрасли. Также подчеркивается тот факт, что соответствующие полномочные органы, ответственные за вопросы безопасности полетов, должны исходить из того, что главную ценность в этой работе представляют люди [1]. Утверждение особенно актуально в современной авиации, где в условиях динамичного развития и растущей конкуренции, возрастает потребность в высококвалифицированном авиационном персонале (англ. aircraftpersonnel/workers). Это лица, имеющие специальную подготовку и сертификат (свидетельство), осуществляющие деятельность по обеспечению безопасности полётов воздушных судов или авиационной безопасности, а также деятельность по организации, выполнению, обеспечению и обслуживанию воздушных перевозок и полётов воздушных судов, авиационных работ, организации использования воздушного пространства, организации и обслуживанию воздушного движения [2]. Авиационному персоналу в его трудовой деятельности помогают представители других производственных групп, способные эффективно организовывать и оптимизировать бизнес-процессы, принимать взвешенные решения и обеспечивать устойчивое развитие организации. Эффективная подготовка таких специалистов требует не только освоения профессиональных компетенций, т.е. интегральных характеристик, включающих знания, умения и навыки, которые необходимы сотруднику для профессионального выполнения его функциональных обязанностей, но и формирования у них соответствующей мотивации к труду. Ведь правильный подбор сотрудников, чья работа напрямую влияет на безопасность и результативность полётов, и их мотивация к труду является важным компонентом успешного развития авиационной отрасли.

Актуальность статьи обусловлена тем, что в современном обществе роль мотивации возрастает [3]. Любое предприятие заинтересовано в эффективности и производительности своих сотрудников, но для этого необходимы грамотные действия руководства компании, направленные на побуждение человека к достижению определенных целей. Целью данного исследования является разработка эффективных способов мотивации по специальности «Организация бизнес-процессов на воздушном транспорте» на основе анализа профиля, сформированного с использованием типологической концепции В.И. Герчикова, для повышения эффективности подготовки специалистов и их успешной адаптации к профессиональной деятельности. Авиационная отрасль требует разработки эффективных стратегий подбора кадров. Вышесказанное позволяет определить исследовательскую проблему, основу которой составляет

вопрос о том, каков характер взаимосвязи между типами по В.И. Герчикову и мотивационного профиля будущих работников направления. Из-за сложности профессиональной деятельности воздушного транспорта требуется особое внимание к мотивации сотрудников, и для этого есть много причин. Во-первых, любое предприятие всегда ищет новые способы мотивировать своих подчинённых. Во-вторых, в данной отрасли жизненно важно прогнозировать трудовое поведение сотрудников. Данное исследование позволит улучшить понимание потребностей и профессиональных мотивов специалистов этого направления. Ведь теория мотивации играет ключевую роль в управлении персоналом и организационном поведении. Многочисленные эксперты в течение продолжительного периода уделяли интерес этому вопросу. Базу нынешней теории мотивации заложили такие учёные, как Друкер П., Вебер М., Мейо Э., Маслоу А., Слоан А., Саймон Г., Файоль А., Тейлор Ф., Фоллетт М., Герцберг Ф. Одним из наиболее известных в России является В.И. Герчиков и его идея о пяти типах трудовой мотивации [4-5]. Типологическая концепция трудовой мотивации В.И. Герчикова, основанная на выделении различных типов мотивации, представляется перспективным инструментом для анализа и формирования мотивационного профиля будущих специалистов. Данная концепция позволяет учитывать индивидуальные особенности студентов и разрабатывать систему мотивации, соответствующую их ценностным ориентациям и профессиональным целям.

В рамках данной теории выделяют пять мотивационных типов:

инструментальный (далее ИН), интересующийся ценой труда, а не его содержанием;

профессиональный (далее ПР), заинтересованный в содержании труда, возможности самовыражения и профессионального признания;

патриотический (далее ПА), для которого важна идея, общественное признание и участие в успехе организации;

хозяйский (далее ХО), добровольно принимающий на себя ответственность, требующий свободы действий и не терпящий контроля;

люмпенизированный (далее ЛЮ), ориентированный на минимизацию усилий в процессе трудовой деятельности» [6, с 20].

Эффективность использования данных типов мотивации зависит от специфики деятельности и индивидуальных особенностей личности. Автором была использована именно эта типологическая теория, так как, по их мнению, она содержит три значительных различия от иных популярных концепций: изобретена с целью решения управленческих проблем; позволяет установить, как добиться от сотрудника необходимого для организации поведения.

Так какими навыками должны обладать профессионалы в области организации бизнес-процессов на воздушном транспорте? Они должны

обладать такими навыками, как разработка и оптимизация стратегий для повышения эффективности бизнес-процессов, анализ данных, управление процессами, знание воздушной транспортной отрасли. Отличительные черты специалиста включают в себя: организованность, аналитическое мышление, точность, профессионализм, ответственность, адаптивность, коммуникабельность, стрессоустойчивость, умение работать в команде, внимательность к деталям, оперативное реагирование на изменения, мотивацию к росту и развитию. Предпочтительно специалисты данной отрасли занимают руководящие должности, лидерские позиции и демонстрируют организацию на рабочем месте. Данные выводы сделаны с опорой на профстандарты бизнес-аналитиков, специалистов процессного управления и экспертные мнения [7, 8].

Согласно изученному теоретическому материалу рабочей гипотезой являлись следующие предположения:

1. Результаты теста по мотивации будут соответствовать типам мотивации, ожидаемым при составлении профильного портрета работников этой специальности.

2. Будут преобладать профессиональный и инструментальный типы мотивации, так как они соответствуют требуемым компетенциям для специалистов. Типологическая концепция трудовой мотивации служит методологической основой исследования. Было проведено анкетирование 78 студентов направления 25.03.03 МГТУ ГА авиации в возрасте от 19 до 22 лет на основе опросника Motype «Тест Герчикова». Анализ полученных данных показал, что выдвинутая автором гипотеза нашла свое подтверждение в результатах проведенного тестирования. Преобладающий тип мотивации у будущих специалистов – инструментальный (29%). В качестве эффективных материальных стимулов в организации можно выделить премии, бонусы, льготы, повышение заработной платы. Дополнительную мотивацию может обеспечить возможность карьерного роста. Профессиональный тип также показал достаточно высокий процент (25%), ориентир – самореализация, повышение собственной профессиональной ценности. Подходящие материальные стимулы – доступ к дополнительным ресурсам, консультациям с опытными специалистами в области, возможность карьерного роста, достижение высоко статуса на предприятии и в обществе (рис. 1).

Средние значения для различных типов варьируются от 13,77% (ЛЮ) до 34,13% (ИН) – это подтверждает выводы по диаграмме, что большинство студентов склонны к высокому уровню мотивации, ориентированной на профессиональный рост и материальные выгоды. Инструментальный (11,9%) и профессиональный (11,7%) типы имеют высокое стандартное отклонение и являются доминирующими. Это говорит о том, что мотивация среди участников варьируется: кто-то имеет сильную мотивацию, связанную с материальными достижениями, а кто-то

– с профессиональным развитием. Имеют высокую изменчивость мотиваций среди участников, так как диапазон значений достаточно широкий (рис. 2).

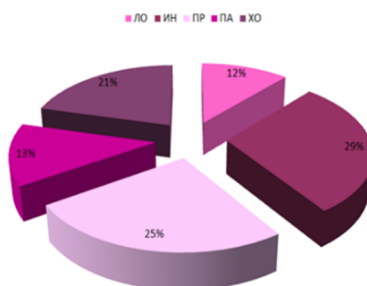


Рисунок 1 – Круговая диаграмма распределения типов мотивации В.И. Герчикова для ОБП

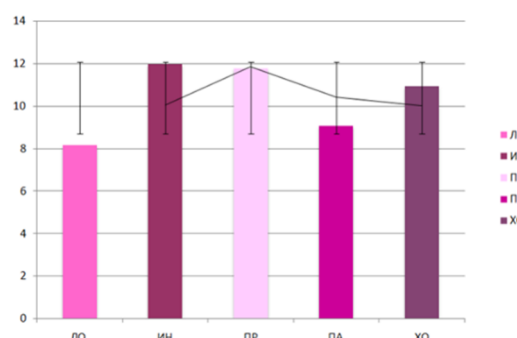


Рисунок 2 – Гистограмма средних значений с планкой погрешностей со стандартными отклонениями и линией тренда для типов мотивации В.И. Герчикова

Выводы согласуются с теорией мотивации В.И. Герчикова, которая подчёркивает важность этих факторов для людей, ориентированных на успешную карьеру. В подтверждение вышесказанного, приведём фрагмент таблицы из исследования А.А. Кузубова, характеризующий инструментальный и профессиональный тип работника [9, с 149].

Таблица 1 – Типы типологической концепции В.И. Герчикова

Тип	Приоритетные потребности как стимулы человека к труду	Главные стимулы (мотиваторы) трудовой деятельности
Инструментальный	Справедливый размер вознаграждения за труд и др. материальные блага	Высокая и очень высокая заработная плата, наличие социальных льгот
Профессиональный	Карьерный рост, достижение высоко статуса на предприятии, в обществе, самовыражение	Интересная работа, возможность усовершенствования в работе, успех, признанный коллегами

Таким образом, в рамках данного исследования был предложен мотивационный профиль работников по направлениям подготовки «Организация бизнес-процессов на воздушном транспорте», гипотеза о преобладании инструментального и профессионального типов мотивации подтверждена.

Список использованных источников:

1. Резник, Т.М. Стратегии развития профессиональной компетентности авиационного персонала / Т. М. Резник // Актуальные проблемы современной науки: сборник статей международной научной конференции, Санкт-Петербург, 01 сентября 2023 года. – Санкт-Петербург:

Частное научно-образовательное учреждение дополнительного профессионального образования Гуманитарный национальный исследовательский институт «НАЦПРАЗВИТИЕ», 2023. – С. 5-7. – EDN KLRMZP.

2. Алексеева, А. Д. Перспективы развития образовательных технологий при подготовке специалистов авиационного персонала / А. Д. Алексеева // Актуальные проблемы и перспективы развития гражданской авиации: Сборник трудов XI Международной научно-практической конференции, посвященной празднованию 100-летия конструкторского бюро "Туполев", 55-летия Иркутского филиала МГТУ ГА, 75-летия Иркутского авиационного технического колледжа, Иркутск, 13–14 октября 2022 года. Том 2. – Иркутск: Иркутский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования "Московский государственный технический университет гражданской авиации", 2022. – С. 220-227. – EDN XIDDVE.

3. Кархоткина, А. О. Типы мотивации на основе типологической модели В. И. Герчикова / А. О. Кархоткина // Позиция. Философские проблемы науки и техники. – 2023. – № 20. – С. 51-59. – EDNBMLCUY.

4. Герчиков В. И. Типологическая концепция трудовой мотивации. Часть 1. / Мотивация и оплата труда. 2005. №2. С. 53–62.

5. Герчиков В. И. Типологическая концепция трудовой мотивации. Часть 2. / Мотивация и оплата труда. 2005. №3. С. 2–6.

6. Управление человеческими ресурсами на основе воздействия на мотивационный потенциал (на примере госслужащих) / А. С. Волкова, Д. С. Константинова, М. М. Кудяева, Ю. А. Масалова // Вестник Сургутского государственного университета. – 2022. – № 2(36). – С. 18-33. – DOI 10.34822/2312-3419-2022-2-18-33. – EDN VANCZO.

7. Профстандарт 08.037 | Бизнес-аналитик | Профессиональные стандарты 2025

8. Профстандарт 07.007 | Специалист по процессному управлению | Профессиональные стандарты 2025

9. Кузубов, А. А. Формирование нематериальной составляющей групповой трудовой мотивации / А. А. Кузубов // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2018. – Т. 7, № 1(22). – С. 147-150. – EDN YWYKGV.

© Самородова Н.О., 2025

УДК 33

МОДЕРНИЗАЦИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

Сараджева Е.В.

*Общеобразовательная автономная некоммерческая организация
«Школа Центра педагогического мастерства», Москва*

Сараджева О.В.

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

Несмотря на существующую конкуренцию многочисленных экономических школ, среди которых важное место занимают представители институциональной экономической теории, значимая роль институтов в экономическом развитии фактически презюмируется в современной экономической науке [2, 4, с. 79-90, 5]. При этом следует особо подчеркнуть, что не только институты как отдельно взятые сущности, но именно институциональная среда, порождаемая их деятельностью, включая внутренние и внешние взаимодействия, формирует условия для социально-экономического развития. Такие условия могут быть как благоприятными, так и неблагоприятными, а в определенных случаях – нейтральными.

Систематизируя положения отдельных наиболее авторитетных, на наш взгляд, исследовательских позиций [5-9], под институциональной средой следует понимать совокупность формальных и неформальных правил, норм и механизмов их реализации, в том числе нормы права, общественные традиции и обычаи, деятельность институтов государственной власти, а также системы стимулов и санкций, которые регулируют взаимодействие экономических агентов и определяют условия функционирования экономики.

В данной связи следует обратить внимание на положения Стратегии экономической безопасности Российской Федерации [1] – основного документа стратегического планирования в предметной области. В документе выделен ряд вызовов и угроз национальной безопасности, которые могут быть отнесены непосредственно к проблемам и противоречиям институциональной среды (выделение авторское):

«11) недостаточный объем инвестиций в реальный сектор экономики, обусловленный неблагоприятным инвестиционным климатом, высокими издержками бизнеса, избыточными административными барьерами, неэффективной защитой права собственности;

17) недостаточно эффективное государственное управление;

18) высокий уровень криминализации и коррупции в экономической сфере».

Стоит отметить, что вызовы и угрозы национальной экономической безопасности находятся в тесной взаимной обусловленности и взаимосвязи. Так, в частности, такая угроза экономической безопасности, как упомянутое в Стратегии сохранение значительной доли теневой экономики, является прямым порождением проблем в институциональной среде.

Соответственно, может быть описана роль факторов институциональной среды в обеспечении экономической безопасности Российской Федерации. Данные факторы формируют основу для устойчивого социально-экономического развития страны; способствуют снижению уровня неопределенности в экономической деятельности; минимизируют транзакционные издержки и создают условия для привлечения инвестиций; способствуют формированию атмосферы доверия между экономическими агентами; содействуют повышению конкурентоспособности национальной экономики; участвуют в обеспечении защиты стратегических интересов государства в условиях глобальных вызовов.

Исключительно важно понимать, что многочисленные институциональные проблемы не просто негативно сказываются на состоянии экономической безопасности России, но также образуют такую институциональную среду, которая заведомо оказывает понижающее влияние на уровень национальной экономической безопасности. Данное обстоятельство требует исключительного внимания и скорейшей реализации мер по кардинальному преодолению.

В табл. 1 приведены оценки показателей государственного управления в России, сделанные Всемирным Банком (в рамках ежегодного панельного оценивания Worldwide Governance Indicators) в разрезе многолетней динамики и с шагом в пять лет – период, в течение которого представляется возможным обеспечить достижение первых результатов системно-структурных институциональных реформ. Количественные оценки по каждой группе из пяти критериев даются в диапазоне [-2,5; 2,5] балла. Анализируя материалы табл. 1, можно констатировать, что за десять лет, включая периоды без влияния санкций, каждый исследуемый показатель приобретал отрицательное значение.

Несколько лучше других оценивались эффективность правительства и качество регулирования экономики, по которым наша страна отнесена к средней трети всех государств мира, в то время как по другим индикаторам занимает место в числе последних 20% и даже 15% (процентиля по рангу). Ухудшение рейтинговых оценок после 2022 года может рассматриваться как следствие субъективности в оценивании, однако очевидно, что в более благоприятный с геополитической точки

зрения период выход на положительные траектории не был достигнут, либо обеспечивался минимальный, несущественный в целом прогресс, особо заметный, опять же, на фоне реальных оценок потенциала экономики России.

Таблица 1 – Оценки институциональной среды российской экономики на основе показателей мирового государственного управления. Источник: Составлено по данным Всемирного Банка [3]

Критерии	2013		2018		2023	
	Оценка (от -2,5 до +2,5 балла)	Процентный ранг	Оценка (от -2,5 до +2,5 балла)	Процентный ранг	Оценка (от -2,5 до +2,5 балла)	Процентный ранг
Право голоса и подотчетность	-1,02	18,78	-1,07	18,93	-1,29	13,24
Политическая стабильность, отсутствие насилия и терроризма	-0,74	22,27	-0,54	27,36	-1,13	13,27
Эффективность правительства	-0,45	38,39	-0,10	49,05	-0,71	26,42
Качество регулирования	-0,36	39,34	-0,56	30,00	-1,12	12,74
Сила закона	-0,82	23,00	-0,83	20,95	-1,19	12,26

Основные требования к модернизации институциональной среды российской экономики должны включать: формирование четкой нормативно-правовой базы, поддерживающей процессы модернизации и цифровизации; создание стимулов для внедрения передовых технологий и развития отечественного производства высокотехнологичной продукции; обеспечение прозрачности и подотчетности государственных институтов, что критически важно для укрепления доверия со стороны бизнеса и общества; а также развитие инфраструктуры, поддерживающей устойчивый рост экономики, включая цифровую инфраструктуру, логистику и энергетические системы.

Список использованных источников:

1. Указ Президента РФ от 13.05.2017 № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» // Собрание законодательства РФ. – 2017. – № 20. – Ст. 2902.
2. Hodgson G. M. What is the essence of institutional economics? //Journal of economic issues. – 2000. – Vol. 34. – №. 2. – P. 317-329. DOI: <https://doi.org/10.1080/00213624.2000.11506269>
3. Worldwide Governance Indicators (англ.). // World Bank Group [E-Source]. URL: <https://www.worldbank.org/en/publication/worldwide-governance-indicators> (Accessed 20 April 2025).
4. Вольчик В. В., Оганесян А. А. Зачем нужна старая институциональная экономика, если есть неоинституционализм? //Terra Economicus. – 2014. – Т. 12. – №. 4. – С. 79-90. DOI: <https://dx.doi.org/10.24412/2073-6606-2014-4-79-90>
5. Гукасян, З. О. Концептуальные основы формирования институциональной среды экономики как фактора ее устойчивого и эффективного развития / З. О. Гукасян, Г. Л. Баяндурян, Г. Л. Авагян. – Краснодар: КубГТУ, 2021. – 164 с.
6. Зверев, В. С. Институциональная среда экономики / В. С. Зверев; Рос. акад. наук, Сиб. отд-ние, Ин-т экономики и орг. пром. пр-ва. - Новосибирск: Изд-во ИЭОПП СО РАН, 2005. – 243 с.

7. Институциональная трансформация социально-экономических систем в условиях цифровизации: состояние, тренды, проблемы и перспективы: монография / [Андросова И. В., Акулова Ю. А., Бабич Т. Н. и др.]; под редакцией доктора экономических наук, профессора Ю. В. Вертаковой. – Курск: Университетская кн., 2020. – 293 с.

8. Растворцева, С. Н. Развитие региональной институциональной среды предпринимательства / С. Н. Растворцева, О. С. Агаркова. – М.: Экон-Информ, 2012. – 186 с.

9. Трансформация институциональной среды в глобализирующемся мире: коллективная монография / [Алёшин В. А. и др.]. – Ростов-на-Дону: Изд-во Содействие-21 век, 2009. – 343 с.

© Сараджева Е.В., Сараджева О.В., 2025

УДК 339.13

РОЛЬ СТОРИТЕЛЛИНГА В ПОСТРОЕНИИ БРЕНДА

Сарханова С.С.

Научный руководитель Нефедова Л.В.

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

Сторителлинг является уникальным способом передачи информации метафорически через использование историй – реальных, вымышленных, мифологизированных. Благодаря сторителлингу бренд обретает плоть и кровь, персонифицируется, поскольку резонирует с опытом, воспоминаниями, эмоциями на уровне индивида, группы, общества. Истории концептуализируют бренды через живой и непосредственный диалог с аудиторией на основе самой сильной связи, доступной человеку – эмоциональной привязанности [1].

В последнее время термин «сторителлинг» стал не только актуальным, но и модным, интерес к нему значительно возрос, что подтверждается появлением множества тренингов, обещающих обучить этому навыку. Например, сторителлинг часто позиционируется как инструмент, позволяющий компаниям «открыть...двери в мир захватывающих коммуникаций с любой аудиторией» [2], как инструмент маркетинга, позволяющий продавать и продвигать товары и услуги, вдохновляя покупателей своими историями.

В научной литературе сторителлинг определяется как технология эффективных коммуникаций; маркетинговый инструмент; информационно-коммуникативная технология нарративной коммуникации, применяемая в качестве инструмента управления персоналом; как способ наставничества и передачи неявных знаний,

инструмент, используемый в сферах корпоративной коммуникации для выражения ценностных принципов организации [3].

Таким образом, сторителлинг – это информационно-коммуникативная технология, использующая силу повествования для эффективной передачи информации, знаний, ценностей и формирования эмоциональной связи с аудиторией, применяемая в различных областях, включая маркетинг, корпоративные коммуникации и управление персоналом.

Актуальность темы обусловлена тем, что в современном мире система брендинга испытывает значительные изменения, вызванные стремительным развитием технологий и изменением потребительского поведения. В условиях усиливающейся конкуренции между марками значительно возрастает важность создания уникального и запоминающегося имиджа. Сторителлинг, как эффективный инструмент, позволяет брендам не только выделяться, но и устанавливать эмоциональные связи с их аудиторией. Потребители все чаще отдают предпочтение брендам, способным предложить не просто товар или услугу, а целую историю, наполненную смыслом и ценностями.

Говоря о возможностях маркетинга и брендинга, Селинн Да Коста, эксперт в области брендинга и автор статьи для Forbes Women, утверждает, что сторителлинг является технологией будущего и приводит три аргумента.

Во-первых, история делает бренд легко узнаваемым, по словам Да Коста – незабываемым. На сегодняшний день просто иметь качественный продукт недостаточно. Важно уметь рассказывать о нем так, чтобы выделяться на фоне конкурентов. Именно поэтому рассказ о бренде играет такую важную роль. Он помогает сделать бренд более осмысленным, ярким и осязаемым, в отличие от сухих фактов или цифр. История увлекает публику, облегчает коммуникацию и передачу информации, а также вызывает более сильный эмоциональный отклик. Кроме того, повествование, которое уже само по себе отражает ценности бренда, становится уникальным и запоминающимся, и его невозможно просто скопировать или присвоить. Именно сторителлинг способен создать глубокую эмоциональную связь с аудиторией – этот аспект также отмечает Да Коста в своей публикации.

Во-вторых, сторителлинг является мощным средством для создания вокруг бренда настоящего сообщества, своего рода «племени», как отмечает Да Коста. Эффективный подход к сторителлингу предполагает, что бренд задается ключевыми вопросами: какие эмоции, ценности и идеи мы можем предложить нашей аудитории? Какие ценности мы транслируем? Какие чувства должны возникать у потребителей при взаимодействии с нашим контентом? Какое значение бренд должен иметь для нашей аудитории? Отвечая на эти вопросы и тщательно изучая

потребности потребителей, бренд может выстроить сторителлинг, который будет резонировать с аудиторией и удовлетворять ее запросы, формируя долгосрочную лояльность и вовлеченность. Сторителлинг – идеальный инструмент для такого «расширения».

В-третьих, Да Коста отмечает, что в современном мире эффективный маркетинг больше не является уникальным преимуществом – он стал стандартом. Потребители ожидают от брендов не только стремления к прибыли, но и демонстрации приверженности социально значимым целям [1].

Многие мировые бренды активно используют возможности сторителлинга для развития своих брендов. Например, одной из ключевых особенностей Apple является их умение выстраивать глубокую эмоциональную связь с потребителями. Рекламные материалы компании часто демонстрируют новаторов и визионеров, стремящихся изменить мир к лучшему, что способствует формированию у аудитории восприятия Apple как бренда, разделяющего эти ценности.

В качестве примеров эффективного использования сторителлинга можно привести следующие:

- компания «Think Different»: серия рекламных роликов, посвященных выдающимся личностям, таким как Стив Джобс, Альберт Эйнштейн и Махатма Ганди, прославившимся своими новаторскими идеями;

- презентации новых продуктов: Apple традиционно представляет свои новинки, начиная с рассказа о существующей проблеме и демонстрации того, как новый продукт помогает ее решить;

- рекламный ролик «Misunderstood»: трогательная рождественская история о подростке, который отчужден от своей семьи, но на самом деле создает для них памятный видеофильм.

Бренд Nike делится историями о спортсменах, которые преодолевают сложные преграды и достигают своих целей, вдохновляя зрителей на собственные достижения. Идеи сторителлинга от Nike включают в себя:

- компания Just Do It, в которой рассказываются истории спортсменов, справившихся с трудностями, в рекламе можно увидеть таких звезд, как Майкл Джордан и Серена Уильямс;

- компания Dream Crazier, посвященная женщинам в спорте, которые бросают вызов стереотипам;

- проект Breaking2, представляющий документальный фильм о бегунах, стремящихся пробежать марафон менее чем за два часа [4].

В заключение, надо отметить, что сторителлинг играет важную роль в построении бренда, создавая эмоциональную связь с аудиторией и формируя эксклюзивный имидж. Через увлекательные и интересные истории бренды способны не только выделяться на фоне конкурентов, но и транслировать свои ценности и идеалы, что способствует формированию

лояльности потребителей и укреплению их идентичности. Эффективный сторителлинг становится неотъемлемой частью стратегии брендинга, позволяя компаниям глубже взаимодействовать с клиентами и оставлять длительное впечатление.

Список использованных источников:

1. Цветкова, О. Л. Сторителлинг как инструмент бренд-коммуникации / О. Л. Цветкова // Верхневолжский филологический вестник. – 2021. – № 4(27). – С. 66-74.

2. Челнокова Е.А., Казначеева С.Н., Калинкина К.В., Григорян Н.М. Сторителлинг как технология эффективных коммуникаций // Перспективы науки и образования. 2017. № 5 (29).

3. Хутыз, И. П. Сторителлинг в лекционном дискурсе / И. П. Хутыз // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. – 2019. – Т. 10, № 2. – С. 64-73.

4. Сторителлинг: примеры, советы и идеи для разных ниш URL: <https://sendpulse.com/ru/blog/storytelling>

© Сарханова С.С., 2025

УДК 338.001.36

ПОСЛЕДСТВИЯ COVID-19 НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ

Сафина К.И., Сорокина К.В.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Казанский государственный энергетический университет», Казань

Всплеск инфекции, спровоцированной коронавирусом нового вида SARS-CoV-2, отмечен в Китае в декабре 2019 г. За короткое время эпидемия охватила многие страны на разных континентах. В дальнейшем ВОЗ и Международный комитет по таксономии вирусов присвоили заболеванию наименование COVID-19. Уже 11 марта 2020 г. ВОЗ объявила пандемию COVID-19. Известно, что коронавирусная инфекция (КВИ) – острое вирусное заболевание с преимущественным поражением верхних дыхательных путей, чаще в виде ринита или поражения желудочно-кишечного тракта (ЖКТ) по типу гастроэнтерита [1]. Пандемия стала серьезным вызовом не только для здоровья людей, но и для экономики государства. Она вызвала рост безработицы, снижение доходов населения и сокращение инвестиций, что в свою очередь привело к дефициту государственного бюджета.

Прошло шесть лет с момента первого случая заражения COVID-19, но мировая экономика продолжает восстанавливаться. Россия столкнулась с серьезными экономическими трудностями: деловая активность была приостановлена из-за мер по борьбе с пандемией, цены на нефть упали, а

спрос на экспорт значительно снизился. Эти факторы привели к глубокому спаду российского ВВП, резкому снижению реальных доходов населения, замедлению потребления и уменьшению объема инвестиций. Из-за введения режима самоизоляции в связи с коронавирусом весной 2020 года число рабочих дней за два квартала в России сократилось на 25. Это более, чем 20% от планового количества рабочих дней в полугодии. В результате из-за карантинных мер экономика потеряла за первый квартал почти 0,5% ВВП, за второй – более 7,5%. Также произошел спад многих отраслей экономики и промышленности. Наибольшие потери из-за последствий коронавируса понесла оптовая торговля, также транспортировка и хранение, розничная торговля, сельское и лесное хозяйство, охота и рыболовство и строительство [2]. Основная причина трудностей в перечисленных сегментах заключается в снижении потребительского спроса, что вызвало волну закрытия предприятий и ужесточение требований со стороны работодателей.

Коронавирусный кризис условно можно разделить на 2 этапа с разной степенью последствий. На первый этап, начавшийся во втором квартале 2020 г., пришлось сильное сокращение экономики России, так как в этот период было наибольшее количество «нерабочих дней» и эпидемиологических ограничений для населения. Предприятия и организации перешли в новый незнакомый режим функционирования, в котором появился карантин, самоизоляция и удаленная работа. Вторая фаза экономического спада началась вслед за ростом заболеваемости в октябре 2020 г. и продолжалась с разной интенсивностью до конца первой половины 2021 г. Многие организации постепенно возвращались к стандартному режиму работы, вместе с тем, владельцы понимали, что в любой момент двери условного торгово-развлекательного центра могут закрыться по причине новых ограничений, что показала нерабочая неделя в ноябре 2021 года [3].

Во время пандемии COVID-19 российское правительство реализовало совокупность мер, направленных на облегчение экономического и социального кризиса. Эти меры включали поддержку различных элементов общества, включая население, бизнес и здравоохранение. Среди ключевых шагов можно отметить финансовую помощь населению, особенно уязвимым категориям, посредством увеличенных социальных выплат и пособий. Для поддержки бизнеса были введены налоговые послабления, отсрочки платежей, льготные кредиты и программы субсидирования заработной платы. В сфере здравоохранения особое внимание уделялось повышению заработных плат медицинских работников и увеличению финансирования медицинских учреждений, что способствовало укреплению системы здравоохранения во время повышенных нагрузок.

Эта глобальная ситуация имела как негативные, так и позитивные последствия. С одной стороны, экономические трудности привели к спаду производства, росту безработицы, закрытию множества малых и средних предприятий, сбоям в логистике и проблемам в системе здравоохранения, что значительно ухудшило качество жизни многих граждан. Однако, несмотря на эти сложности, появились и положительные изменения: ускорилось внедрение новых технологий, активно развивалась цифровизация, расширилась практика удалённой работы, получили популярность онлайн-платформы и сервисы доставки. Дополнительно стоит отметить временное улучшение экологической обстановки благодаря снижению промышленного воздействия и уменьшению транспортных потоков, что положительно сказалось на качестве воздуха и уровне загрязнений в ряде регионов.

Таким образом, пандемия COVID-19 оставила глубокий след на экономике России, показала её слабые места, но одновременно и потенциал для роста и изменений. Эти испытания высветили важность диверсификации экономики и уменьшения зависимости от природных ресурсов. В дальнейшем России необходимо сконцентрироваться на инновационном развитии, поддержке малого и среднего предпринимательства, а также на формировании новых, устойчивых экономических направлений. Опыт, полученный в ходе пандемии, может стать фундаментом для построения более удобной и прочной экономической модели, способной быстро и четко реагировать на глобальные вызовы и гарантировать стабильность развития на несколько лет вперед.

Список использованных источников:

1. Кравцова О. Н., Багирова Г. Г. Многоликий коронавирус. Врач, 2021, №5. [Электронный ресурс]. <https://cyberleninka.ru/article/n/mnogolikiy-koronavirus>.

2. Экономика и бизнес. Экономика РФ: что дороже пачки макарон, будет под давлением. [Электронный ресурс]. <https://www.dw.com/ru/jekonomika-rossii-ne-skoro-opravitsja-ot-posledstvij-karantina/a-54962310>.

3. Волошин А. А. Проблемы и изменения на рынке труда России в ходе кризисов 2020 и первой половины 2022 гг. Московский экономический журнал, 2022, №7. [Электронный ресурс]. <https://cyberleninka.ru/article/n/problems-i-izmeneniya-na-rynke-truda-rossii-v-hode-krizisov-2020-i-pervoy-poloviny-2022-gg>.

4. Фатеева Н. Б., Кот Е. М., Пильникова И. Ф., Горбунова О. С., Малькова Ю. В. Пандемия и ее влияние на экономику страны. Право и управление, 2022, №11. [Электронный ресурс]. <https://cyberleninka.ru/article/n/pandemiya-i-ee-vliyanie-na-ekonomiku-strany>.

5. Филина О.В., Сорокина К.В. Влияние пандемии covid-19 на мировую экономику // Горизонты экономики. 2021. № 6 (66). С. 23-26.

© Сафина К.И., Сорокина К.В., 2025

УДК 336.6

ПЕНСИОННАЯ РЕФОРМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Сахно С.С.

Научный руководитель Ветрова Е.А.

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

Пенсионная реформа в Российской Федерации является одной из наиболее обсуждаемых и спорных тем в социальной и экономической политике страны. Эта реформа затрагивает интересы миллионов граждан, так как она непосредственно связана с благосостоянием людей пенсионного возраста, а также с долгосрочной стабильностью пенсионной системы.

Пенсионная система России, как и во многих других странах, построена на принципе распределения: работающие граждане через налоги и страховые взносы обеспечивают пенсионеров. Однако демографические изменения, такие как старение населения и снижение рождаемости, привели к увеличению нагрузки на работающих граждан и бюджеты пенсионных фондов. С начала 2000-х годов стало очевидным, что существующая система требует реформирования для обеспечения её устойчивости.

Одной из ключевых причин необходимости реформы является демографическая ситуация в стране. Численность трудоспособного населения уменьшается, а доля пожилых граждан возрастает. Это означает, что число пенсионеров, которым нужно выплачивать пенсии, растёт быстрее, чем число работающих граждан, способных эти пенсии обеспечивать. По данным Росстата, к 2020 году на одного работающего приходилось около одного пенсионера, что создавало серьёзное финансовое напряжение.

Ключевым этапом пенсионной реформы стала реформа 2018 года, предусматривающая постепенное повышение пенсионного возраста. Для мужчин он был увеличен с 60 до 65 лет, для женщин – с 55 до 60 лет. Повышение происходит поэтапно, чтобы уменьшить социальное напряжение и дать гражданам время адаптироваться к изменениям. Основными целями реформы были: сохранение устойчивости пенсионной системы в условиях стареющего населения; снижение нагрузки на государственный бюджет и дефицита Пенсионного фонда; увеличение

продолжительности трудового стажа граждан, что должно положительно сказаться на их пенсиях в будущем.

Сторонники пенсионной реформы утверждают, что её реализация поможет сохранить устойчивость пенсионной системы. Увеличение пенсионного возраста уменьшает число граждан, которые одновременно получают пенсию, и позволяет направить высвободившиеся средства на увеличение размера выплат. Кроме того, длительный период занятости способствует росту профессиональных навыков и опыта, что положительно сказывается на экономике страны.

Ещё одним аргументом является необходимость адаптации к увеличению продолжительности жизни. По данным Всемирной организации здравоохранения, средняя продолжительность жизни в России увеличивается, что означает более длительный период выплат пенсий. Реформа призвана сбалансировать эту ситуацию, сохраняя стабильность системы.

Несмотря на заявленные преимущества, пенсионная реформа вызвала широкий общественный резонанс и критику. Многие граждане, особенно те, кто занят на тяжёлых или вредных производствах, считают несправедливым повышение пенсионного возраста. Работа в сложных условиях часто сопровождается проблемами со здоровьем, что делает невозможным труд до нового пенсионного возраста.

Кроме того, в некоторых регионах России средняя продолжительность жизни остаётся ниже возраста выхода на пенсию. Это особенно актуально для мужчин в сельской местности, где уровень жизни и доступность медицинской помощи значительно ниже, чем в крупных городах. Такая ситуация создаёт ощущение социальной несправедливости и усиливает недоверие к реформе.

Другим значимым вызовом является трудоустройство граждан предпенсионного возраста. В условиях экономической нестабильности многие работодатели предпочитают нанимать молодых специалистов, что создаёт дополнительные трудности для старших работников. Без решения этой проблемы реформа может усугубить социальное напряжение.

Критики реформы предлагают альтернативные меры для улучшения пенсионной системы. Стимулирование рождаемости. Поддержка семей с детьми, создание условий для совмещения работы и воспитания детей помогут улучшить демографическую ситуацию в стране. Развитие частных пенсионных накоплений. Создание условий для добровольных накоплений граждан на старость может снизить нагрузку на государственную систему. Повышение производительности труда. Инвестиции в образование, технологии и модернизацию производства могут увеличить экономическую эффективность, что положительно скажется на доходах Пенсионного фонда. Оптимизация расходов Пенсионного фонда. Борьба с

коррупцией и снижение административных затрат способны высвободить дополнительные ресурсы для выплаты пенсий.

Пенсионная реформа – это не только экономический, но и социальный вызов. Её успешная реализация требует прозрачной и честной коммуникации с обществом. Важно, чтобы граждане понимали причины и цели изменений, а также видели реальные шаги государства по поддержке уязвимых групп населения. Например, программы переквалификации и обучения для граждан предпенсионного возраста, улучшение условий труда и доступности медицинской помощи могут стать важной частью реформы.

Кроме того, необходимо учитывать региональные различия. В северных и восточных регионах России условия жизни значительно отличаются от столичных, что требует адаптации реформы под местные реалии. Дифференцированный подход мог бы повысить эффективность реформы и уменьшить её негативное восприятие.

Также важно учитывать экономические последствия. Увеличение пенсионного возраста влияет на рынок труда: с одной стороны, это может повысить общий уровень занятости, с другой – создать сложности для молодёжи, которая сталкивается с конкуренцией со стороны опытных сотрудников предпенсионного возраста. Решение таких проблем требует комплексной политики, направленной на стимулирование роста рабочих мест и поддержание баланса интересов всех поколений.

Эффективная пенсионная реформа должна быть связана с повышением уровня социальной поддержки. Увеличение выплат, обеспечение льгот для малоимущих пенсионеров, доступность медицинских услуг и расширение социальных программ – это те аспекты, которые могут смягчить последствия реформы и повысить её общественную приемлемость.

Пенсионная реформа в Российской Федерации – это сложный, но необходимый шаг для адаптации системы к новым демографическим и экономическим реалиям. Однако её успешная реализация требует комплексного подхода, который учитывает не только финансовые аспекты, но и социальные. Только при условии прозрачности, справедливости и поддержки наиболее уязвимых групп населения можно добиться доверия граждан и создать стабильную пенсионную систему, отвечающую вызовам современности.

Важно понимать, что пенсионная реформа – это не разовое мероприятие, а процесс, требующий постоянного мониторинга и корректировки. Гибкость и способность адаптироваться к изменениям в экономике и демографии станут ключевыми факторами её успеха. Государству необходимо обеспечить баланс между интересами различных поколений, создавая условия для достойной старости для нынешних и будущих пенсионеров. Только при таком подходе можно говорить о

справедливости и устойчивости пенсионной системы в долгосрочной перспективе.

Список использованных источников:

1. Ивлиев П.В., Федоров А.Н. Реформа пенсионной системы в современных российских условиях // Аграрное и земельное право. 2023. №4 (220). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reforma-pensionnoy-sistemy-v-sovremennyh-rossiyskih-usloviyah> (дата обращения: 08.05.2025).

2. Манина Е.А., Трушникова К.В. Особенности реформирования пенсионной системы России // РППЭ. 2022. №11 (145). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-reformirovaniya-pensionnoy-sistemy-rossii-1> (дата обращения: 08.05.2025).

3. Родионова А.А., Самокаева В.В., Иванова Н.А. Проблемы пенсионного обеспечения в российской федерации в связи с проведением пенсионной реформы 2018 года // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2023. №12-4 (87). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problems-pensionnogo-obespecheniya-v-rossiyskoy-federatsii-v-svyazi-s-provedeniem-pensionnoy-reformy-2018-goda> (дата обращения: 08.05.2025).

4. Филобок М.А. Динамика развития негосударственных пенсионных фондов в России // Экономика и социум. 2024. №1 (116). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dinamika-razvitiya-negosudarstvennyh-pensionnyh-fondov-v-rossii> (дата обращения: 08.05.2025).

© Сахно С.С., 2025

УДК 338.2

**ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КОРПОРАТИВНЫХ ФИНАНСОВ:
ТРЕНДЫ, ВЫЗОВЫ И СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ В РОССИИ**

Семенова Ю.А., Михайлова И.М.

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

Влияние цифровых технологий на управление корпоративными финансами огромно. Они позволяют автоматизировать процессы, улучшить аналитику, снизить риски и повысить эффективность управления. Такие инструменты, как аналитика данных, искусственный интеллект и блокчейн, становятся ключевыми в оптимизации финансовых процессов и принятии решений. Согласно статистическим данным, последние несколько лет российский IT-рынок в среднем рос более чем в 2 раза быстрее мирового – на 12% в год против 5% в долларовом выражении [1].

Ключевые аспекты влияния цифровых технологий на управление корпоративными финансами включают в себя следующее.

Автоматизация и оптимизация процессов: цифровые технологии позволяют автоматизировать однообразные задачи в управлении финансами, такие как учет и отчетность, что сокращает время и ресурсы, затрачиваемые на эти операции, и уменьшает вероятность ошибок.

Улучшенная аналитика и прогнозирование: системы аналитики данных и искусственного интеллекта позволяют проводить более точный анализ финансовых данных, выявлять тренды, а также прогнозировать будущие финансовые результаты с большей точностью.

Управление рисками: цифровые технологии позволяют улучшить управление рисками путем реализации систем мониторинга рисков, автоматизации процессов оценки и управления рисками, а также использования аналитики данных для выявления потенциальных угроз.

Более эффективное управление портфелем инвестиций: цифровые инструменты позволяют управлять инвестиционным портфелем более эффективно, анализировать рынок и принимать обоснованные решения о распределении капитала.

Улучшенная прозрачность и отчетность: использование цифровых платформ и технологий позволяет повысить прозрачность финансовых операций и улучшить качество отчетности.

Эти факторы в совокупности способствуют повышению эффективности управления корпоративными финансами, снижению рисков и увеличению конкурентоспособности компаний благодаря различным достижениям процесса цифровизации.

Ниже представлены несколько примеров того, как цифровые технологии влияют на управление корпоративными финансами в Российской Федерации.

Электронные платежи и цифровые банковские услуги: российские компании все больше используют электронные платежные системы и цифровые банковские услуги для оптимизации своих финансовых операций, ускорения расчетов и снижения издержек.

Автоматизация бухгалтерского учета: внедрение цифровых систем бухгалтерского учета позволяет российским компаниям сократить время на ведение учета, снизить вероятность ошибок и улучшить качество финансовой отчетности.

Аналитика данных для прогнозирования и оптимизации: внедрение систем аналитики данных позволяет российским компаниям анализировать рыночные тренды, прогнозировать спрос, оптимизировать инвестиционные портфели и принимать обоснованные стратегические решения.

Блокчейн технологии в финансах: в России также наблюдается интерес к блокчейн технологиям в сфере корпоративных финансов.

Благодаря своей прозрачности и безопасности, блокчейн может быть использован для улучшения системы учета и аудита, а также для совершения безопасных финансовых транзакций.

Эти примеры демонстрируют, что цифровые технологии активно внедряются в управление корпоративными финансами в России, что способствует повышению их эффективности и конкурентоспособности на рынке.

Анализируя все вышесказанное, можно сделать вывод, что цифровые технологии играют важную роль в системе управления корпоративными финансами, а также с их помощью процесс расчета необходимых показателей стал гораздо легче и правильнее, что позволяет принимать эффективные финансовые и управленческие решения в рамках компании.

Современные решения на основе искусственного интеллекта кардинально трансформируют бизнес-процессы, позволяя компаниям автоматизировать рутинные операции, повышать точность аналитики за счет машинного обучения и прогнозного моделирования, а также значительно сокращать издержки путем оптимизации логистики, обслуживания оборудования и автоматизации закупок. Успешный опыт внедрения демонстрируют многие компании, среди которых Сбербанк, где в 85% от всех процессов активно применяется более 100 видов ИИ [2] и X5 Group, где анализ покупательского трафика осуществляется с помощью компьютерного зрения [3], а перспективными направлениями развития являются генеративный ИИ для создания необходимой информации в той или иной отрасли или компании под определенную задачу и преследование определенных целей, цифровые двойники для моделирования процессов и когнитивные системы для стратегического планирования, требующие четкой постановки задач, выбора специализированных платформ и обучения персонала [4].

Сегодня появились три критически важных фактора цифровой трансформации. Стратегическое преимущество, что подразумевает широкое использование более рискованных цифровых стратегий, которые, в свою очередь, приносят большую пользу и повышают конкурентоспособность. Создание собственных ИИ-технологий, программного обеспечения, что позволяет не опираться на уже готовые решения и быть от них независимыми. Более глубокое обучение руководителей с упором на техническую подкованность, а также повышение уровня их значимости в жизни компании, а, следовательно, повышение уровня квалификации сотрудников [5].

Уже сейчас топовые компании перешли от автоматизации процессов к созданию цифровой ценности – теперь технологии работают не просто на сокращение затрат, а на формирование уникального клиентского опыта и прорывные инновации. Также компании-лидеры активно инвестируют в создание и развитие собственных цифровых активов, таких как ИИ,

генеративный ИИ, программное обеспечение, что позволяет данным компаниям повысить конкурентоспособность на рынке.

Согласно исследованию, общественное отношение к AI-технологиям в России представлено на рис. 1.



Рисунок 1 – Топ-10 регионов России по вовлеченности в обсуждение опасности AI и нейросетей [6]

Из представленного исследования видно, что Москва значительно опережает остальные регионы по индексу вовлеченности (132,19), что может быть связано с высокой концентрацией технологических компаний, научных центров и активной медиасредой, где темы AI и нейросетей обсуждаются чаще. Разница в вовлеченности может объясняться уровнем цифровизации регионов, активностью местных СМИ, наличием технологической оснащенности или образовательных программ, связанных с AI.

Исходя из этого можно сказать, что в России остро стоит вопрос законодательного регулирования сферы ИИ. В апреле 2025 г. в Совете Федерации РФ первый заместитель председателя Комитета палаты регионов по конституционному законодательству и государственному строительству Ирина Рукавишникова рассказала как будет выглядеть Цифровой кодекс, обсуждения по которому идут уже третий год: «Очевидно, что в первую очередь должны быть обозначены некие общие принципы и подходы, которые защищали бы каждого гражданина от несанкционированного использования его персональных данных и от любого воздействия технологий, связанных с искусственным интеллектом. Это в приоритете. Кроме того, мы подробно обсудили сам искусственный интеллект, способы защиты биометрической информации человека» [7]. Можно сказать, что внедрение Цифрового кодекса может стать важным шагом в формировании правовой базы для эффективного функционирования цифровой экономики. Однако успех реализации данной программы будет зависеть от того, насколько прозрачными, понятными и общедоступными окажутся дальнейшие обсуждения и инициативы, а также, исходя из исследования, от готовности регионов к реализации новых норм: сокращение разрыва между Москвой и другими регионами.

На рис. 2 представлены результаты опроса более 4 тыс. организаций 10 отраслей экономики, проведенного в июне – июле 2023 г. в рамках Мониторинга цифровой трансформации бизнеса, проведенного Институтом статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ.

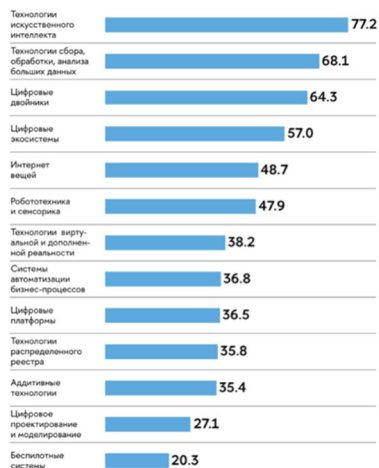


Рисунок 2 – Планы по началу использования цифровых технологий в 2023-2025 гг. [8]

Исходя из представленных на рисунке данных, 77,2% организаций планировали внедрять искусственный интеллект и сделали это, что подчёркивает его стратегическую важность для бизнеса и госсектора. Это значительно опережает другие технологии, что согласуется с глобальным трендом на автоматизацию и анализ данных. Российские организации активно готовятся к цифровой трансформации, особенно в сфере искусственного интеллекта и больших данных, что свидетельствует о стремлении соответствовать глобальным трендам и повышать конкурентоспособность. Однако неравномерное распределение интереса к другим технологиям, таким как IoT, робототехника и блокчейн, указывает на необходимость комплексной поддержки со стороны государства, включая развитие инфраструктуры, регулирование и образовательные программы, чтобы обеспечить сбалансированное технологическое развитие всех регионов и отраслей экономики.

Цифровые технологии кардинально трансформируют управление корпоративными финансами, обеспечивая автоматизацию процессов, повышение точности аналитики, снижение рисков и оптимизацию инвестиционных решений, что подтверждается активным внедрением ИИ (77,2% компаний) и больших данных (68,1%) в России, где IT-рынок растёт в 2,5 раза быстрее мирового. Однако неравномерное развитие регионов (лидерство Москвы с индексом вовлечённости 132,19 против 13,69 в Архангельской области) и фрагментарное использование перспективных технологий (блокчейн, IoT) требуют системных мер: принятия Цифрового кодекса для защиты данных, федеральных программ поддержки регионов, инвестиций в инфраструктуру и обучение персонала.

Успех цифровой трансформации зависит от синхронизации усилий бизнеса, государства и общества – от стратегического внедрения ИИ до обеспечения технологической самостоятельности, что позволит компаниям не только сокращать издержки, но и создавать собственные инновационные продукты, усиливая конкурентоспособность на рынке. Именно цифровизация является новой главой развития рынка и главным вектором экономики как России, так и всего мира.

Список использованных источников:

1. АО «Бизнес Ньюс Медиа» деловое издание «Ведомости» статья Марии Арялиной «Российский IT-рынок вырастет более чем в 2 раза к 2030 году» □ URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2023/09/11/994374-rossiiskii-it-rinok-virastet-bolee-chem-v-2-raza>

2. Российский интернет-портал и аналитическое агентство «TADVISER» сборник статей «Искусственный интеллект в Сбербанке» □ URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Искусственный_интеллект_в_Сбербанке

3. ПАО «Корпоративный центр ИКС 5» пресс-релиз «X5 и «Перекрёсток» запустили инновационные лаборатории в супермаркетах» □ URL: <https://www.x5.ru/ru/news/h5-i-perekryostok-zapustili-innovacionnye-laboratorii-v-supermarketah/>

4. ПАО «Сбербанк» подразделение «СберПРО» статья «Четыре кита цифровизации. На что делают ставку компании-лидеры?» □ URL: <https://sber.pro/publication/chetire-kita-tsifrovizatsii-na-chto-delayut-stavku-kompanii-lideri/>

5. Международная консалтинговая компания «McKinsey & Company» исследование Кейт Смадже «Три ключевых требования к успешной цифровой трансформации» □ URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/three-new-mandates-for-capturing-a-digital-transformations-full-value>

6. ПАО «Сбербанк» подразделение «СберПРО» статья «Цифровой кодекс: как будет выглядеть новая концепция регулирования ИКТ» □ URL: <https://sber.pro/publication/tsifrovoyi-kodeks-kak-budet-viglyadet-novaya-kontseptsiya-regulirovaniya-ikt/>

7. Периодическое общественно-политическое издание Федерального Собрания Российской Федерации «Парламентская газета» статья Николая Козина «В Совфеде рассказали, как будет выглядеть Цифровой кодекс России» URL: https://www.pnp.ru/politics/v-sovfede-rasskazali-kak-budet-viglyadet-cifrovoyi-kodeks-rossii.html?utm_source=rfinance

8. Институт статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ сборник Мониторинга цифровой трансформации

УДК 336.67

ОЦЕНКА СТАРТАПОВ: ОСОБЕННОСТИ И ВЫЗОВЫ

Сеничкина И.С.

*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 рассмотрено определение стартапа, его отличительные черты и виды. Проанализирован жизненный цикл стартапа, этапы его формирования. Для определения его важности в современной экономике был изучен финансовый анализ стартапа, выявлены его основные особенности, вызовы и связанные с ними риски.

Стартап – это идейный проект, основанный на каком-либо предложении или нововведении и требующий финансовых вложений для развития [1].

Главной целью стартапа можно считать выявление заинтересованности потребителей продуктом или услугой.

К основным задачам стартапа можно отнести следующие [2]: изучение рынка сбыта и существующих на нем конкурентов; организация своевременного пополнения производства необходимыми для развития ресурсами; расчет экономических показателей, способствующих прогнозированию расходов и ожидаемой прибыли; подбор персонала, компетентного в сегменте, на который настроен стартап, консолидация квалифицированных сотрудников; создание условий, необходимых для обеспечения экономической и иной безопасности при реализации стартапа и др.

Конечно, подобного рода задачи присущи многим различным проектам. Для них также характерно исследование рынка сбыта, подбор компетентных сотрудников, формулирование предложений в отношении ожидаемой прибыли и пр. Однако, стартап как экономическая категория имеет перечень отличительных черт, что делает его уникальным по сравнению с иными проектами и разработками. К их числу относят [3]:

инновационность, поскольку стартап ориентирован на внедрение новых технологий или усовершенствование того или иного продукта;

внешнее финансирование (для любого стартапа необходимо финансовое вложение одного или нескольких инвесторов);

высокая степень риска (любой стартап – это внедрение чего-либо принципиально нового, и, как следствие, влечение за собой высоких рисков неудач в ходе реализации);

пластичность обусловлена тем, что на начальном этапе развития команда, организующая стартап, состоит из небольшого числа сотрудников, что способствует ее быстрой адаптации к резким изменениям потребительских предпочтений и рынка в целом;

однозначность (в отличие от предприятия (организации), где имеет место быть номенклатура товаров или услуг, стартап направлен на формирование конкретной идеи, развитие которой значительно способствует удовлетворению потребностей потребителей).

Подобного рода уникальность дает возможность использовать стартап в различных сферах экономической деятельности. Учитывая многообразие отраслей в экономике, стартапы стали подразделять на определенные виды в зависимости от области деятельности [4, 5]:

стартапы малого бизнеса (данный вид стартапа реализуется в небольших предприятиях (организациях), которые не уверены в успехе задуманной идеи и проверяют, способна ли она удержаться на рынке и принести доход);

покупаемые стартапы (компания разрабатывает и развивает идею, чтобы в ближайшем будущем продать ее крупному бизнесу и получить прибыль);

масштабируемые стартапы (это стартапы, которые способны быстро расширяться, привлекая новых клиентов и инвесторов, некая уникальная и принципиально новая идея);

социальные стартапы (в отличие от остальных видов, данный стартап основан не на стремление получить прибыль, а на разрешение социальных и экологических проблем, т.е. используя методику бизнеса, создать такой продукт или услугу, которые будут способствовать улучшению качества жизни населения и сохранению окружающей среды);

ответвленные стартапы (это категория стартапов, которые возникают на базе уже существующих предприятий, т.е. в отличие от других видов уже имеет потенциальных партнеров, инвесторов и клиентскую базу, соответственно им проще развивается и в дальнейшем отделится в отдельный бизнес);

творческие стартапы (представляют собой реализацию какого-либо увлечения или хобби человека, и задумываются с целью самореализации руководителя такого стартапа).

Как и любая экономическая категория стартап имеет свой жизненный цикл – совокупность стадий, которые проходит стартап на протяжении своего развития, начиная от формирования идеи и заканчивая окупаемостью или крахом [6].

Многие ученые определяют различные стадии жизненного цикла стартапа, в зависимости от того или иного подхода. Однако, можно выделить некоторые сходства в перечнях, которые выделим в данной статье [7]:

идея (на данном этапе происходит формирование идеи стартапа, с какой именно целью он формируется; в качестве основного инструмента предпочтительнее прибегнуть к «мозговому штурму» для отбора наиболее жизнеспособных и реализуемых идей);

планирование (разработка основных моментов при реализации идеи, формирование команды разработчиков, расчет показателей эффективности продукта и предполагаемого дохода в будущем);

запуск (начальный этап процесса внедрение идеи стартапа на рынок, анализ потребительского поведения и интереса инвесторов);

рост (появление новых покупателей, расчет реальных показателей движения продукта, его рентабельности, ликвидности и другое);

масштабирование (происходит максимальный рост основных показателей стартапа, привлечение дополнительных инвесторов и массового числа потребителей);

стабилизация или выход (на данной стадии возможно два варианта развития событий – стартап выживает на рынке, обращаясь самостоятельным бизнесом, или идея не выдерживает требований потребителей и уходит с рынка).

На этапе планирования стартапа необходимо провести ряд исследований, которые способствуют выявлению возможностей стартапа для его удержания на рынке или недостатков, характеризующих его полное несоответствие заявленным требованиям. К числу таких исследований можно отнести проведение финансового анализа – изучение финансовых показателей и финансового состояния стартапа для осуществления его дальнейшей реализации.

Финансовый анализ, как правило, включает в себя несколько основных факторов, среди которых: расчет прогнозных показателей; анализ коэффициента рентабельности; определение необходимых активов и возможных обязательств в ходе реализации стартапа; исследование возможных рисков, связанных с идеей стартапа и др.

Как было указано выше, стартап как экономическая категория, имеет ряд отличительных черт по сравнению с другими идеями и разработками. Похожая ситуация имеет место быть и в плане проведения финансового анализа. В связи с уникальностью стартапа финансовый анализ может быть проведен исходя из ряда особенностей, среди которых [8]:

высокая неясность (стартап отличается тем, что запускает на рынок что-то новое, чего еще нет на рынке, поэтому достаточно сложно определить, достигнет ли он успеха на рынке или будет проигрышным вариантом);

ограниченные возможности (поскольку стартап связан с высокими рисками в ходе реализации, то на начальном этапе он имеет незначительное число ресурсов и минимальную команду разработчиков, что позволяет сконцентрироваться на ключевых аспектах, которые необходимы для выхода на рынок);

быстрый рост преобразований (при проведении финансового анализа целесообразно учитывать тот факт, что стартап – категория весьма маневренная, т.е. способная быстро адаптироваться под изменяющиеся условия, что, несомненно, оказывает влияние на показатели, характеризующие финансовую и эффективную составляющую реализации продукта стартапа);

сложность анализа полезности (может быть связано с тем, что при реализации стартапа невозможно измерить некоторые параметры, которые нужны для определения полезности, как в случае с бизнес-проектом);

необходимость результативного распределения потенциала (поскольку стартап представляет собой некую новую идею, то в процессе его развития необходимо грамотно распределять выделенные для этого ресурсы и возможности для получения максимальной выгоды);

частое возникновение денежных расколов (на раннем этапе претворения в жизнь стартапа сумма расходов денежных средств и других финансовых эквивалентов значительно выше суммарных доходов, полученных за тот же период времени, в котором были произведены затраты).

Несмотря на вышесказанные особенности, финансовый анализ стартапа не может избежать такой экономической составляющей, как вызовы (угрозы), которые стоят перед каждым исследованием в экономике. Можно выделить ряд основных вызовов, с которыми можно столкнуться при проведении финансового анализа стартапа: неточность при проведении расчетов; значительное давление со стороны инвесторов; ограниченность финансовых и материальных ресурсов; неполный объем исследования рынка; усиление конкурентного влияния; неравномерность (сезонность).

Большинство этих вызовов связано с особенностями стартапа. Например, в отличие от других проектов, в данной ситуации имеет большое значение мнение инвесторов, поскольку именно от их решения зависит дальнейшее развитие стартапа (как уже было сказано, он развивается за счет значительных финансовых инвестиций). Кроме того, при удлинении срока разработки стартапа есть вероятность того, что на рынок может выйти похожий продукт и занять лидирующую позицию. Неточный объем расчетов и неполное исследование рынка связано с тем, что стартап воплощает нечто новое, поэтому для прогноза необходимых показателей не хватает фактических данных. Сезонность может являться вызовом, поскольку большинство потребителей совершают покупки с

определенной периодичностью. Т.е. стартап может прогореть, если, в соответствии с некоторым сезоном, его продукт будет невостребованным на рынке.

Как в случае с любой экономической категорией, вызовы влекут за собой определенные риски, которые необходимо учитывать при проведении финансового анализа. Среди таких рисков могут быть:

мошенничество (на современном этапе развития экономического пространства риск обмана возрастает многократно, поэтому необходимо применять ряд мер по защите от махинаций);

изменение потребностей рынка (рынок – категория достаточно непостоянная, потребительские предпочтения постоянно меняются, необходимо правильно спрогнозировать потребности потребителей в момент запуска продукта);

правовые риски (всегда есть возможность изменения законодательства в зависимости от ситуации в стране, которые также нужно учитывать при проведении финансового анализа);

финансовые риски (нельзя ни в коем случае забывать о том, что инвесторы могут в любой момент отозвать свои вложения, если посчитают продукт нерентабельным; в таком случае нужно иметь запасной вариант финансовых вложений);

кадровые риски (могут быть связаны с ошибками персонала при разработке и реализации стартапа, а также с таким понятием, как промышленный шпионаж (для недопущения подобной ситуации целесообразно нанимать на данный проект компетентных и хорошо зарекомендовавших себя специалистов)) и др.

Таким образом, стартап представляет собой проект, основной задачей которого является претворение в жизнь некой новой идеи, посредством осуществления которой может быть получена максимальная прибыль в минимальные сроки. В ходе реализации стартапа необходимо грамотно провести финансовый анализ, который включает в себя не только расчет и исследование динамики показателей, но и оценку различного вида вызовов и рисков, которые могут стоять перед стартапом.

Список использованных источников:

1. Роль банков в реализации государственной инвестиционной политики : монография / И. Н. Гравшина, В. Г. Калинин, Н. С. Луковникова [и др.]. – Москва : Московский университет им. С.Ю. Витте, 2024. – 167 с. – ISBN 978-5-9580-0732-5.

2. Карпухина, Ю. А. Разработка проекта по открытию мини-завода по переработке шин / Ю. А. Карпухина, Ю. Ф. Хромова // Второй Международный молодёжный конкурс научных проектов "Стираем границы" : Сборник материалов, Москва, 20–22 февраля 2024 года. – Москва: Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2024. – С. 102-106.

3. Павлова, Я. Г. Психология инвестора / Я. Г. Павлова, О. И. Швайка // Поколение будущего: Взгляд молодых ученых-2024 : сборник научных статей 13-й Международной молодежной научной конференции, Курск, 12–13 ноября 2024 года. – Курск: ЗАО «Университетская книга», 2024. – С. 266-270.

4. Рыжова, М. И. Инвестиции в стартапы: риски и возможности / М. И. Рыжова // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика : Сборник статей 14-й Международной научно-практической конференции. В 2-х томах, Курск, 24 октября 2024 года. – Курск: ЗАО "Университетская книга", 2024. – С. 421-424.

5. Швайка, О. И. Разработка бизнес-плана открытия убойного цеха на предприятии сферы АПК с целью устойчивого роста / О. И. Швайка, Н. Е. Захарова, В. Г. Калинин // Отходы и ресурсы. – 2024. – Т. 11, № 4. – DOI 10.15862/05ECOR424.

6. Егорова, Д. С. Инновационная направленность инвестиций / Д. С. Егорова, О. И. Швайка // Правовые и социально-экономические проблемы современной России: теория и практика : Сборник статей XI Международной научно-практической конференции, Пенза, 15–16 ноября 2023 года. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2023. – С. 115-120.

7. Олейник, В. С. Теоретические аспекты разработки бизнес-плана инвестиционного проекта предприятия / В. С. Олейник // Научные достижения 2023: гуманитарные и социальные науки : Сборник материалов XLI-ой международной очно-заочной научно-практической конференции. В 2-х томах, Москва, 04 декабря 2023 года. – Москва: Научно-издательский центр "Империя", 2023. – С. 130-138.

8. Федяева, О. В. Проблемы экономической безопасности предприятия / О. В. Федяева, О. И. Швайка // Формирование и реализация стратегии устойчивого экономического развития Российской Федерации : сборник статей XIII Международной научно-практической конференции, Пенза, 08–09 декабря 2023 года. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2023. – С. 573-577.

© Сеничкина И.С., 2025

ОЦЕНКА ЦИФРОВОЙ ЗРЕЛОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Сергеева А.Д.

Научный руководитель Иващенко Н.С.

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

В настоящее время ресторанному бизнесу необходимо вовремя адаптироваться под быстроменяющиеся потребности целевой аудитории. Цифровизация и автоматизация бизнес-процессов позволяет ресторанам оптимизировать как управленческие процессы, так и процессы обслуживания, тем самым улучшив функционирование всего заведения.

Рассмотрим различные трактовки понятия «цифровая зрелость».

Сорокаш Д.О., Горкальцев В.С., Карлова Т.В. в своей работе определили, что цифровая зрелость – это концепция, которая помогает предприятиям оценить свои существующие цифровые возможности [1].

Асланова И.В. и Куличкина А.И. в своей статье дали понятие цифровой зрелости, как средства преобразования бизнес-моделей и бизнес-среды организации [2].

В Министерстве цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации цифровую зрелость характеризуют как «уровень прогресса компании в рамках реализации мероприятий по цифровой трансформации».

Журнал «Forbes» дает определение понятию «цифровая зрелость» как «способность организации внедрять цифровые технологии и извлекать из них максимальную выгоду».

Основываясь на данных определениях, можно сделать вывод, что цифровая зрелость – показатель цифрового развития организации.

Для оценки цифровой зрелости существует большое количество методик. Одной из самых простых является методика, которую ввел Грибанов Ю.И. [3]. В основе его модели лежат два фактора: текущая система управления, характеризующая уровень формализации бизнес-процессов (определяет стартовое звено в цепочке преобразований, необходимых для проведения цифровой трансформации), и общий уровень автоматизации (определяет скорость, с которой может быть реализована техническая часть цифровой трансформации). В зависимости от того, каков каждый из этих двух уровней для конкретной организации, можно оценить ее общую готовность к цифровой трансформации и составить план мероприятий, необходимых для того, чтобы начать и успешно завершить этот процесс. Автор выделил 16 типов организаций, в

зависимости от того, в какой из сегментов матрицы попадает организация, принимается решение о возможности проведения цифровой информации и проводится первичная оценка сроков и бюджета проекта (рис. 1).

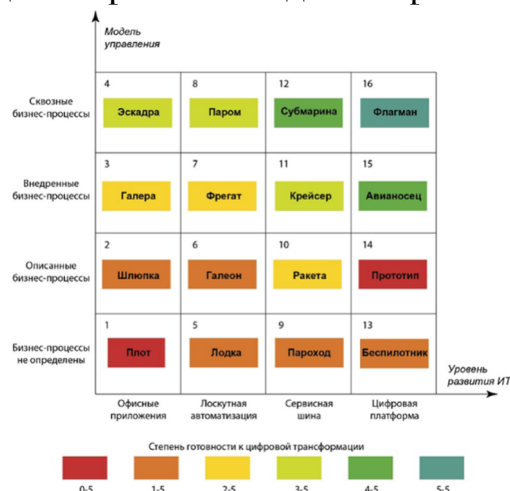


Рисунок 1 – Матрица цифровой зрелости

Теперь рассмотрим и другие классификации существующих подходов/методов к оценке цифровой зрелости бизнес-процессов.

Метод, предложенный MIT Center for Digital Business, оценивает эффективность областей с точки зрения вкладываемых компанией размеров инвестиций и получаемых в результате от них возможностей в рамках цифровых навыков организации. Метод заключается в выделении трёх ключевых характеристик уровня цифровой зрелости. Три основных блока охватывают — взаимодействие с потребителями, операционную деятельность, а также модели бизнеса. Достоинством метода является четкое структурирование источников трансформации, а недостатком — отсутствие последовательности трансформации.

Компания Deloitte включает в оценку цифровой зрелости 179 разнообразных показателей, сгруппированных в пяти областях: производство, потребители, корпоративная культура, стратегическое развитие, технологическое развитие. Уровень цифровой зрелости определяется соответствующим развитием бизнес и операционной модели компании. Последовательными шагами конкретизации стратегии являются определение бизнес-модели и операционной модели, которые и определяют требуемый уровень цифровой зрелости по выделенным измерениям. Преимуществом данного метода является четкое структурирование измерений и параметров цифровой зрелости, а недостатком избыточность показателей и измерений для оценки цифровой зрелости, что затрудняет возможности адаптации под нужды конкретной отрасли и предприятия.

Представляет интерес метод, предложенный компанией Arthur D. Little, который позволяет оценить цифровую зрелость организации через определение индекса цифровой трансформации 6 областей деятельности:

стратегия и управление; продукты, услуги и сервисы; корпоративные сервисы и контроль; цепи поставок и операции; информационно-коммуникативные технологии; рабочие места и корпоративная культура. Преимуществом метода является возможность проведения наглядного сравнительного анализа ЦЗ компаний с помощью построения аналитической диаграммы.

Компания KPMG сосредотачивает внимание на таких 5 областях деятельности как: стратегическое видение; цифровые компетенции и таланты; цифровые бизнес-процессы; технологии, а также область управления. Метод больше ориентирован на социальную и технологическую стороны ЦЗ компании, в меньшей степени уделяет внимание экономической и ещё меньше – коммуникационной составляющей цифровизации. Из преимуществ - возможность визуализации и самостоятельного выбора направлений построения стратегии на основе комплексной картины, а также формируется база для сравнительной оценки, очень важная для принятия решений в области выбора стратегии и приоритетных направлений цифровой трансформации.

Метод, предложенный компаниями Cisco и IMD (или «цифровое пианино») выделяет 7 областей цифровой трансформации, которые являются базовыми в вопросе создания добавленной стоимости продукта, а именно: бизнес-модель; организационная структура; персонал; бизнес-процессы; информационные технологии; торговые предложения и взаимодействие с партнёрами. Особенностью данной модели является определение разрыва между текущим и требуемым уровнями по каждому направлению. Недостатком является отсутствие предписанных сценариев изменений, что позволяет говорить о тысячах вариантов развития в рамках «цифрового пианино».

Базируясь на исследованиях Национальной академией наук и техники ФРГ, компания Asatech предлагает оценивать динамику цифровой трансформации компании и цифровую зрелость, определяя «Индекс зрелости Индустрии 4.0» (информатизация, связанность, наглядность, прозрачность, предсказуемость, самокоррекция). Индекс берёт во внимание: процесс цифровизации ресурсов компании; внедрение информационных систем в бизнес-процессы; цифровую трансформацию организационной культуры, изменение организационной структуры под влиянием цифровизации. Преимуществами данного метода являются четкое структурирование измерений, понятные категорий измерений, недостатком является многослойность и многоуровневость оценки, кроме того, набор функциональных областей свидетельствует, скорее, о направленности применения в сфере производства, не сервиса.

В метод компании KMDA (Российская компания Команда-А). выделено такие 6 направлений как: цифровые коммуникации с потребителями; данные в продуктовой и сервисной политике;

представление бизнеса как цифровой системы или платформы для взаимодействия с партнёрами; непрерывное совершенствование культуры принятия инноваций; разработка и совершенствование системы управления ценностями; формирование цифрового мышления и культуры у персонала. Преимущество метода, как и в случае с методом цифрового пианино – всесторонний анализ внешних, не столько маркетинговых, сколько партнёрских бизнес-коммуникаций. Недостатком является то, что в методе нет привязки к отраслевым особенностям, некоторые измерения подойдут для оценки только крупного бизнеса.

Рассмотрев данные методики оценки цифровой зрелости, следует отметить, что основные направления оценки в каждом методе - стратегия и бизнес-модель, потребители, организационная культура и персонал, операционные процессы и информационные технологии.

Применяя данные методики к организации ресторанного бизнеса, можно сделать вывод, что наиболее подходящие в нынешних условиях методики – метод, предложенный компаниями Cisco и IMD, так как данный метод позволяет анализировать предложения и партнерское сотрудничество, а также метод, предложенный компанией Arthur D. Little, так как в данном методе упор идет на оценку сервиса, цепей поставок и качества рабочих мест, что играет важную роль в эффективной работе ресторана.

На основе вышеперечисленных методов предлагается оценивать цифровую зрелость ресторана на основе таких показателей, как партнерство с поставщиками, клиентский сервис, развитие сотрудников, инновационная культура, а также стратегия.

Далее на основе проведенной оценки компании определяется целевой уровень цифровой зрелости предприятия, который необходим для ее успешной реализации, по результатам которого происходит цифровая трансформация бизнеса.

Список использованных источников:

1. Сорокаш Д.О., Горкальцев В.С., Карлова Т.В. Оценка уровня цифровой зрелости предприятия как один из важных факторов в цифровой трансформации // Автоматизация и моделирование в проектировании и управлении. 2023. №3 (21). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-urovnya-tsifrovoy-zrelosti-predpriyatiya-kak-odin-iz-vazhnyh-faktorov-v-tsifrovoy-transformatsii> (дата обращения: 01.05.2025).

2. Саввинов В.М., Иванов П.П., Стрекаловский В.Н. Методы и принципы оценки цифровой зрелости образовательных организаций // Педагогика. Психология. Философия. 2021. №2 (22). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-i-printsipy-otsenki-tsifrovoy-zrelosti-obrazovatelnyh-organizatsiy> (дата обращения: 07.05.2025).

УДК 395.5(470+571)

ТЕНДЕНЦИИ ПРИМЕНЕНИЯ ЖЕНСКОГО ТРУДА В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Сергиенко Е.С., Морозова Т.В.

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

Развитие современного общества, как в социальном, так и в экономическом плане, обязательно учитывает особенности функционирования трудовой сферы в каждой национальной экономике. Важным аспектом складывающихся в обществе социально-трудовых отношений является участие женщин в различных видах экономической деятельности. Несмотря на все позитивные изменения в этой области, произошедшие в конце XX – начале XXI веков, женщины продолжают сталкиваться с дискриминационными действиями в их отношении на рынке труда, что ограничивает их профессиональный выбор, лишает возможности к самореализации. По-прежнему распространена предвзятость работодателей при найме женщин на работу, сложности в карьерном росте для стремящихся занять руководящие должности. Ограничение сферы применения женского труда остается глобальной проблемой нашего времени, так как наличие подобных ограничений или стереотипов мешают полноценной реализации потенциала женщин, что в свою очередь негативно влияет на эффективное использование трудовых ресурсов в национальных экономиках и создает социальную напряженность общества.

Понятие «женский труд» имеет множество интерпретаций, например, такие авторы, как Д.В. Лобок, Г.М. Бирженюк, О.Н. Громова дают следующее определение этому словосочетанию: «женский труд – участие женщин в процессе общественного производства, характер которого определяется социально-экономической системой общества. Психофизиологические особенности женского организма, обусловленные функцией деторождения, представляют естественную основу для разделения труда между женщинами и мужчинами» [1]. Трансформация содержания женского труда происходила на протяжении всей истории человечества и можно утверждать, что он определяется социально-экономическим строем общества.

Кроме того, на подразделение труда на женский и мужской влияет ряд факторов. К ним можно отнести психофизиологические особенности организма женщины, различие физических возможностей. Так, женщины хуже справляются с эмоциональными проблемами и возникающими трудностями, сильнее переживают семейные и личные конфликты, при этом проявляют больше терпимости и стремления к компромиссам. Организм женщины имеет свои морфологические и функциональные особенности, которые накладывают отпечаток на его жизнедеятельность в условиях мышечного покоя, и особенно при выполнении больших физических нагрузок. Помимо этих факторов стоит выделить один из значимых аспектов ограничения женского труда – социальные нормы. На данный момент укоренилось убеждение, что некоторые профессии предопределены полом. Заметно, что мужчин привлекают специальности, сопряженные с риском, требующие героизма, физических усилий. Они выбирают работу на открытом воздухе, с техникой и приборами, проявляют интерес к научным дисциплинам, физике и инновациям. Женщины, напротив, склонны выбирать профессии, связанные с эстетикой, а также офисные должности и помощь нуждающимся. Они чаще стремятся к получению высшего образования для достижения стабильности и уверенности в своем будущем. Кроме того, пандемия COVID-19 ускорила переход к работе в «удаленном» дистанционном формате, что дало женщинам больше возможностей совмещать карьеру с семейными обязанностями. Более низкая представленность женщин в традиционно мужских сферах объясняется и предвзятым отношением работодателей, которые считают их менее компетентными, чем мужчины [2].

Стоит отметить, что в России существуют и законодательные ограничения женского труда, которые были введены еще в эпоху Советского Союза. Они касаются установления определенных рамок для привлечения женщин к труду в опасных и вредных условиях производственной среды. Трудовой кодекс РСФСР, принятый в 1922 году, устанавливал запрет на привлечение к обязательным работам женщин старше 40 лет, кормящих матерей, беременных на поздних сроках, а также родивших в течение первых двух месяцев после родов и матерей-одиночек, воспитывающих детей до 8 лет. Этот же законодательный акт исключал возможность использования женского труда в «особенно тяжелых и опасных для здоровья отраслях производства и на подземных работах», а также в ночное время. В 1978 году был утвержден перечень специальностей, работ и производств с опасными и тяжелыми условиями труда, где женский труд был исключен. Он включал 456 наименований. Предположительно, создание данного перечня стало реакцией на демографическую проблему, возникшую в СССР во второй половине XX века. Она была обусловлена рядом причин, таких как последствия Великой

Отечественной войны, активная миграция населения в города и увеличение количества разводов. Именно этот перечень, с внесенными в него в 1987 г. изменениями, в 90-х годах XX века стал базой для формирования аналогичных документов в новых независимых государствах, образовавшихся после распада СССР. В соответствии со статьей 253 Трудового кодекса РФ, использование женского труда ограничено на работах, характеризующихся вредными или опасными условиями. Данные ограничения направлены на обеспечение безопасности и защиту здоровья работниц, поэтому их нельзя в полной мере назвать проявлением дискриминации на рынке труда. Однако в современном обществе любые запреты, в том числе, имеющие четкое научное обоснование и гуманистическую направленность, вызывают противодействие у определенных групп населения. Так, например, представительницы движения феминисток считают, что защита здоровья в целом и репродуктивных функций женского организма в частности, не являются основанием для ограничения допуска женщин к любым работам, выполняемым мужчинами [3].

Нужно отметить, что упомянутый выше перечень меняется с течением времени и по вполне объективным организационно-техническим причинам, а не только и не столько под влиянием социальных инициатив. Так автоматизация производственных процессов, ставшая возможной благодаря развитию технологий, и, как следствие, улучшение условий труда в плане его безопасности, привели к уменьшению перечня профессий, в которых есть ограничение женского труда.

С 1 января 2021 года начал действовать обновленный список, заменив собой предыдущую версию, существовавшую с 2000 года. Министерство труда существенно уменьшило этот перечень, сократив его более чем в четыре раза: с 456 до 100 пунктов, распределенных по 21 отрасли. Теперь женщинам разрешено занимать должности машинистов электропоездов, крановщиков, водителей грузовых автомобилей и специальной сельскохозяйственной техники, боцманов, матросов и другие.

Тем не менее, некоторые виды деятельности по-прежнему остаются под запретом, включая подземные и горные работы, химическое производство, бурение скважин, добычу нефти и газа и прочие. При этом, законодательство предусматривает возможность трудоустройства женщин на должности, включенные в этот список, если условия труда на конкретном рабочем месте будут признаны безопасными в результате специальной оценки. Действующий перечень обеспечивает наиболее широкий доступ женщин к занятости в России за последние пятьдесят лет.

В связи с рядом изменений в отношении сферы применения женского труда, произошедших в общественном мнении, социальных нормах и, в первую очередь, в законодательстве, будет актуальным

проанализировать изменение численности женщин по группам занятий и их удельный вес в общей численности занятых.

Анализ в рамках данного исследования ограничен одним регионом и произведен для Омской области. В исследуемом периоде здесь наблюдается снижение численности населения, так в 2022 году она составила 1851537 человек, из которых 53,869% (997397 человек) – женщины, а в 2023 году численность жителей региона уменьшилась на 1,05%, но доля женщин осталась практически неизменной – 53,875%.

Численность трудоспособного населения в Омской области в 2022 и 2023 годах составляет 931746 и 902263 человек соответственно. В табл. 1 выделена в отдельную группу и исследована в динамике за два года численность женщин, проживающих в Омском регионе и, включенных в состав трудоспособного населения.

Таблица 1 – Анализ структуры численности женщин по группам занятий в Омской области в 2022–2023 гг. Составлена авторами на основе статистических данных [4].

Показатели	2022 г.		2023 г.		Абсолютное отклонение, +/-	
	чел.	%	чел.	%	чел.	%
Численность занятых женщин, всего,	445612	47,825	442701	49,066	-2 911	1,241
в том числе:						
Руководители	22542	51,001	20325	52,926	-2217	1,925
специалисты высшего уровня квалификации	134348	65,692	133440	68,018	-908	2,326
специалисты среднего уровня квалификации	67333	64,429	61252	62,715	-6081	-1,714
служащие, занятые подготовкой и оформлением документации, учетом и обслуживанием	18596	81,619	19051	83,7	455	2,081
работники сферы обслуживания и торговли, охраны граждан и собственности	101925	70,921	111813	74,3	9888	3,379
квалифицированные работники сельского и лесного хозяйства, рыбоводства и рыболовства	26371	55,519	23608	53,224	-2763	-2,295
квалифицированные рабочие промышленности, строительства и рабочие родственных профессий	19198	15,017	21915	16,605	2717	1,588
операторы производственных установок и машин, сборщики и водители	8048	5,888	9558	7,615	1510	1,727
неквалифицированные рабочие	47251	47,249	41739	43,977	-5512	-3,272

По результатам проведенного анализа можно сделать вывод, что в целом удельный вес женщин, занятых во всех сферах экономики Омской области, увеличился на 1,241%. Причины этого изменения разнообразны – от оттока из региона мужчин трудоспособного возраста в период мобилизации до реализации Программы содействия занятости в Омской области, которая включает в себя обучение и переквалификацию женщин. Стоит отметить, что несмотря на уменьшение численности женщин-специалистов высшего уровня квалификации (-908 чел.), их удельный вес вырос на 2,326%. Такую же тенденцию можно отметить и среди женщин-руководителей, доля которых увеличилась на 1,925%. Эти изменения являются естественным продолжением общей тенденции снижения численности населения Омской области и, в частности, уменьшения количества трудоспособных граждан региона. Значительный рост численности и доли занятых заметен у работниц сферы обслуживания и торговли, охраны граждан и собственности на 9888 человек и 3,379% соответственно. Данный факт обусловлен характерным для

постиндустриальной экономики увеличением числа организаций, предоставляющих различного вида услуги. В Омской области ситуация в сфере услуг в целом не отличается от общероссийской и, кроме того, именно в организациях данного вида деятельности традиционно заняты женщины. Доля работниц сельского и лесного хозяйства, рыбоводства и рыболовства значительно уменьшились на 2,295%, что предположительно может быть вызвано сокращением сезонной занятости, падением объемов производства в сельском хозяйстве, а также пересмотром инвестиций и уменьшением господдержки в этих секторах экономики. Немаловажным является рост численности и удельного веса женщин, занятых в промышленности и строительстве, а также в таких профессиях, как операторы производственных установок и машин, сборщики и водители, на 1,588 и 1,727 процентных пунктов соответственно. На увеличение доли женщин в «традиционно мужских профессиях» повлиял подъем промышленного производства в Омской области и принятие государственной программы «Регулирование отношений в сфере труда и занятости населения Омской области». В структуре этой программы уделяется внимание развитию инфраструктуры занятости и внедрению организационных и технологических инноваций с использованием цифровых решений, что означает улучшение условий труда на производстве и в целом на рабочих местах с вредными и опасными условиями, что дает возможность привлекать для работы на них женщин.

В настоящее время прослеживается тенденция равенства в различных сферах жизни, что коснулось и сферы труда, где ранее более заметной была дискриминация женщин. В целом, можно сказать, что правительство способствует урегулированию отношений на рабочих местах, стимулирует повышению числа женщин в «мужских профессиях», сокращая перечень запрещенных профессий для представительниц женского пола и улучшая условия труда в небезопасных видах экономической деятельности.

Список использованных источников:

1. Лобок Д. В., Бирженюк Г. М., Громова О. Н. Гендерные аспекты социально-трудовых отношений. [Электронный ресурс]: научное издание. Санкт-Петербург: СПбГУП, 2021. – 232 с. – Режим доступа: <https://www.gup.ru/> (Дата обращения: 10.05.2025).

2. Бендас Т. В. Психология лидерства: гендерные и этнические аспекты. [Электронный ресурс]: монография. Оренбург: ИПК ОГУ, 2000.– 167 с. – Режим доступа: <http://irbis.gnpbu.ru> (Дата обращения: 10.05.2025).

3. Морозова Т. В., Морозова В. А. Меры противодействия трудовой дискриминации на национальных рынках труда // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. [Электронный ресурс]: статья. – № 2(22). – 2017. – С. 34–42. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29356564> (Дата обращения: 10.05.2025).

4. Омскстат. Омский областной статистический ежегодник «2024» [Электронный ресурс]: статистический сборник. Омскстат. – Омск, 2024. – 163 с. – Режим доступа: <https://55.rosstat.gov.ru> (Дата обращения: 10.05.2025).

© Сергиенко Е.С., Морозова Т.В., 2025

УДК 339.548

**ТАРИФНАЯ ЭСКАЛАЦИЯ И ТОРГОВЫЕ ВОЙНЫ:
АНАЛИЗ ПРОТЕКЦИОНИСТСКОЙ ПОЛИТИКИ США
В ПЕРИОД ВТОРОГО СРОКА ДОНАЛЬДА ТРАМПА**

Сибилев Ю.И.

Научный руководитель Гуляева В.Б.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Российский государственный
педагогический университет им. А.И. Герцена», Санкт-Петербург*

Соединённые Штаты Америки достаточно часто в своей внешнеэкономической политике используют инструменты санкций и введения тарифов для улучшения своей переговорной позиции и последующего навязывания выгодных для себя условий. Однако именно Дональд Трамп прочно связал свой второй президентский срок с началом новой эпохи глобальных торговых войн, невольными участниками которых стали почти все государства и территории мира. Целью этой статьи является исследование причин развязывания президентом США масштабных торговых войн и их влияние на экономику страны и межгосударственные отношения. Методологическую основу исследования составляют экономико-статистический анализ и системный подход к оценке динамики макроэкономических показателей.

В 2018 году 45-й президент США своим указом ввёл беспрецедентные тарифы против своего крупнейшего торгового партнёра – Китая, начав первую торговую войну. Сменивший его демократ Джозеф Байден указ не отменил, даже несмотря на то, что сотрудники Федеральной резервной системы США, являющейся американским центральным банком, провели анализ влияния антикитайских тарифов на экономику США и пришли к выводу, что торговая война негативно повлияла на экономику страны, так как она затронула промежуточные и капитальные товары, являющиеся важными входами для производства внутри США, и привела к снижению занятости и промышленного производства в отраслях, наиболее подверженных тарифам и ответным мерам [1, с. 5]. Анализ динамики экономических показателей США за период 2018-2021 годов показывает, что особенно сильно пострадали сельское хозяйство, авиационная промышленность и сфера электроники,

которые из-за введенных пошлин потеряли 136 млрд. долларов, а объёмы импорта в эти области сократились на 54%. При этом предполагаемый Трампом рост внутреннего производства в этих областях не произошёл [2, с. 199]. Таким образом, поставленные цели – снижение торгового дефицита и стимулирование роста американского производства – остались невыполненными. Более того, позже наблюдалось снижение качества уровня жизни, что избиратели ошибочно связали с политикой Джозефа Байдена.

Участие Дональда Трампа в новой президентской гонке и его победа на выборах в ноябре 2024 года вызвали обеспокоенность как конкурентов, так и стратегических союзников США, поскольку одним из лозунгов кампании политика был «America First», что ясно указывало на жёсткую протекционистскую направленность новой политики. Американские экономисты ожидали от 47-го президента агрессивной внешней политики, использования инструментов одностороннего экономического принуждения и новых торговых войн [3]. Последующие события подтвердили прогнозы экспертов.

Первые точечные торговые войны политик анонсировал 1 февраля, то есть через 12 дней после своей инаугурации. Поводом для введения 25-процентных пошлин против Канады и Мексики (обе страны входят в число важнейших торговых партнёров США) стали, по официальным заявлениям, неэффективная политика в области борьбы с нелегальной миграцией в США и малорезультативные меры по противодействию деятельности картелей, занимающихся контрабандой фентанила на американский рынок. Мотивы таких решительных действий администрации остаются предметом дискуссий, но обвинения президента в адрес Канады не выдерживают критики, так как страна не является в какой-либо мере значительным рынком сбыта наркотиков, что подтверждается статистикой погранично-таможенной службы США [4]. Для Мексики проблема действительно имеет место быть, хотя нельзя утверждать о полном бездействии местных властей. Вводя тарифы против этих стран, Дональд Трамп не учитывает, что они поставляют до 70% тяжелой нефти, необходимой для американских нефтеперерабатывающих заводов, а альтернатив этой нефти пока нет. Если оценивать влияние тарифов на потребительский рынок США, стоит отметить, что Америка импортирует из Мексики около половины овощей и 40% фруктов, а вместе соседние страны поставляют около 50% автозапчастей и автомобилей на американский рынок. Введённые тарифы окажут существенное влияние на инфляцию, разогнав её до высоких для страны показателей. Эти же действия могут подтолкнуть бывших союзников искать новых торговых партнёров, например Китай, который и так с каждым годом расширяет своё влияние на рынке западного полушария [5].

Тарифная эскалация, начатая в феврале, интенсифицировалась позже, когда 2 апреля 2025 года президент США Дональд Трамп заявил, что мир долгое время обманывал Соединённые Штаты, и в целях ликвидации этой несправедливости он вводит тарифы практически против всех стран и территорий, фактически объявив первую полномасштабную международную торговую войну. Несправедливостью, по мнению президента, стал устойчивый торговый дефицит США – ситуация, при которой страна тратит на импорт товаров больше, чем получает от экспорта своей продукции. Тарифы были введены с целью возмещения этой разницы и стимулирования американских производителей к «импортозамещению», то есть переносу производства товаров из стран Азии в США. Это было одним из предвыборных обещаний Дональда Трампа в рамках его широкой кампании MAGA (Make America Great Again). Эксперты скептически отнеслись к этим тарифам, учитывая их кажущуюся экономически несостоятельной формулу расчета: ставка рассчитывалась как отношение торгового дефицита США с конкретной страной к объёму её экспорта в США, а затем, поскольку Трамп заявил, что он был «добр», итоговая цифра была сокращена вдвое [6]. Тем не менее, нельзя не признать внешнеполитическую победу Дональда Трампа: многие лидеры стран, опасаясь рецессии собственной экономики из-за такой политики крупного экономического партнёра, обратились к нему с просьбой отсрочить введение тарифов и начали переговоры о новой экономической сделке (например, Великобритания, Израиль и Индия). Это позволило США диктовать свои условия и заключать выгодные для себя торговые соглашения. Однако в долгосрочной перспективе с экономической и политической точек зрения такая политика может привести к сокращению экспорта, снижению доверия со стороны партнёров и ослаблению позиций США на мировом рынке. Анализ влияния развязанной торговой войны будет представлен далее, а пока стоит описать ошибки, которые Дональд Трамп возможно допустил, начиная торговую войну со всем миром.

При принятии экономических решений Дональд Трамп, вероятно, руководствовался достаточно упрощённым пониманием механизмов мировой торговли. Считая торговый дефицит по товарам главным показателем экономической состоятельности, президент США не учитывал положительное сальдо по торговле услугами, которое сохранялось устойчиво положительным по итогам президентства Джозефа Байдена [7]. Кроме того, он не принимал во внимание, что Соединённые Штаты остаются лидером по накопленным прямым иностранным инвестициям, получив по данным ООН более 12 триллионов долларов [8]. Несмотря на кризисы и войны, Соединённые Штаты продолжают оставаться достаточно привлекательной площадкой для иностранных инвестиций, что во многом обусловлено уникальной ролью доллара США. Доллар выступает в

качестве мировой резервной валюты, благодаря чему он постоянно востребован и широко используется в международных сделках, не связанных напрямую с торговлей США. Кроме того, Джозеф Байден оставил Трампу устойчивые темпы роста ВВП [9], что для стороннего наблюдателя может выглядеть иронично, учитывая, что предвыборная кампания Трампа строилась на обвинениях демократов в неэффективной экономической политике. Таким образом, положительное сальдо в торговле услугами, устойчивый приток инвестиций и благоприятная экономическая ситуация нивелировали торговый дефицит.

Помимо этого, принимая свои экономические решения, президент США не учитывает уровень включённости страны в глобальные экономические процессы. На сегодняшний день почти 12% стоимости товаров, экспортируемых США, согласно данным Бюро экономического анализа, приходится на импортные компоненты, сырьё и материалы [10], что свидетельствует о глубокой интеграции североамериканской страны в систему глобального разделения труда и специализации. Попытка Дональда Трампа отказаться от участия США в системе глобального разделения труда может привести к резкому снижению темпов экономического роста и производства, что скажется и на уровне благосостояния населения. Президент США может обратиться к историческому опыту своей страны: в 1930-х годах, на пике Великой депрессии, президент Герберт Гувер подписал Закон Смута-Хоули, предусматривавший введение пошлин на импортируемые товары. Это решение вызвало ответные тарифы со стороны европейских партнёров и еще больше усугубило экономический кризис в Америке, так как американское производство во многом зависело, как и от товаров, так и от компонентов и сырья из Старого Света [11, с. 43].

Ещё одним риском является то, что Дональд Трамп недостаточно учитывает особенности американского рынка труда, что делает попытку переноса производства из стран Азии рискованным решением. Несмотря на то, что Международная конфедерация профсоюзов указывает на систематические нарушения прав трудящихся в США и несоответствие некоторых норм законодательства международным требованиям [12, с. 21], страна обладает развитой законодательной базой для защиты трудовых прав на уровне штатов, независимой судебной системой и большим числом профсоюзов. Попытка «импортозамещения» производства неизбежным образом столкнется с ростом затрат на оплату труда (почасовая ставка в США на данный момент составляет минимум 7,25 долларов [13]) и выполнение обязательств, предписанных законодательством штатов, а также с увеличением расходов на обеспечение безопасности, электроэнергию и другие операционные издержки. Кроме того, предприятия могут столкнуться с дефицитом квалифицированных кадров, поскольку почти 80% американской рабочей

силы занято в сфере услуг [14]. Это ограничивает возможности быстрого расширения производства в промышленном секторе и усложняет задачу «импортозамещения» предприятий.

Влияние торговых войн на экономическую обстановку в США еще предстоит оценить позднее, однако уже в мае 2025 года становится ясно, что последствия такой жесткой протекционистской политики не останутся для американской экономики незамеченными. Международный валютный фонд в своем отчёте за апрель пришёл к выводу, что темпы роста ВВП США снизятся на 0,9% по сравнению с предыдущими прогнозами – до 1,8% [15]. Авторы отчёта прямо указывают на введение тарифов как на основную причину такого снижения и подчеркивают, что главными пострадавшими в торговой войне будут рядовые американцы, так как уровень инфляции уже поднялся на 1% и прогнозируется её дальнейший рост. Торговый дефицит, который Дональд Трамп всеми силами пытался сократить, наоборот вырос, что можно связать с тем, что американские компании в срочном порядке пытались приобрести иностранные товары до вступления в силу тарифов [16]. Нельзя не учитывать, что тарифные поступления принесут в бюджет США 2,1 триллиона долларов дохода в течение следующего десятилетия, а в 2025 году тарифы Трампа увеличат доходы бюджета на 163,1 миллиарда долларов, или 0,54% ВВП. Однако ответные ограничения на экспорт из США снизят этот рост, а невозможность властей США полностью перенести в страну производство в таких сферах, как электроника или текстильная промышленность, значительно повлияет на потребительские возможности, внушительно увеличив рост цен на электронные девайсы и одежду [5].

В заключение можно отметить, что жёсткая протекционистская политика и торговые войны оказали неоднозначное влияние на мировую торговлю. С одной стороны, президент США добился выгодных сделок с отдельными странами, что, вероятно, поможет сократить торговый дефицит. Можно предполагать, что соглашение о снижении взаимных тарифов будет достигнуто и с Китаем. Но, с другой стороны, тенденции, складывающиеся в Канаде, Европейском Союзе, странах Азии и других регионах, показывают, что многие государства утратили доверие к США как к надёжному партнёру, начали искать новых союзников и создавать альтернативные экономические объединения, в которых для крупнейшей экономики мира может не остаться места. В это же время США пока не готовы полностью изменить структуру экономики, прекратив торговлю с другими странами и «импортировать» производство из стран Азии и Африки, что непосредственным образом скажется на уровне жизни американцев.

Список использованных источников:

1. Flaaen, Aaron, and Justin Pierce (2019). Disentangling the Effects of the 2018-2019 Tariffs on a Globally Connected U.S. Manufacturing Sector,

Finance and Economics Discussion Series 2019-086. Washington: Board of Governors of the Federal Reserve System, <https://doi.org/10.17016/FEDS.2019.086>

2. Amiti, Mary, Stephen J. Redding, and David E. Weinstein. 2019. "The Impact of the 2018 Tariffs on Prices and Welfare." *Journal of Economic Perspectives* 33 (4): 187–210.

3. Casselman B. The Economy Is Finally Stable. Is That About to Change? / Casselman B. [Электронный ресурс] // The New York Times : [сайт]. – URL: <https://www.nytimes.com/2024/12/18/business/economy/trump-us-economy.html> (дата обращения: 08.05.2025).

4. Drug Seizure Statistics / [Электронный ресурс] // U.S. Customs and Border Protection Drug Seizures : [сайт]. – URL: <https://www.cbp.gov/newsroom/stats/drug-seizure-statistics> (дата обращения: 09.05.2025).

5. Goldwyn D.L., Webster J. Tariffs on Canada and Mexico could hurt Trump's quest for US energy dominance / Goldwyn D.L., Webster J. [Электронный ресурс] // Atlantic Council : [сайт]. – URL: <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/new-atlanticist/tariffs-on-canada-and-mexico-could-hurt-trumps-quest-for-us-energy-dominance/> (дата обращения: 13.05.2025).

6. Gamio L., Romm T., Swanson A. How Are Trump's Tariff Rates Calculated? / Gamio L., Romm T., Swanson A. [Электронный ресурс] // The New York Times : [сайт]. – URL: <https://www.nytimes.com/2025/04/02/business/economy/trump-tariff-rates-calculation.html> (дата обращения: 10.05.2025).

7. What Drives the U.S. Services Trade Surplus? Growth in Digitally-Enabled Services Exports / [Электронный ресурс] // The White House : [сайт]. – URL: <https://bidenwhitehouse.archives.gov/cea/written-materials/2024/06/10/what-drives-the-u-s-services-trade-surplus-growth-in-digitally-enabled-services-exports/> (дата обращения: 10.05.2025).

8. Foreign direct investment: Inward and outward flows and stock / [Электронный ресурс] // UN Trade and Development (UNCTAD) : [сайт]. – URL: <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/US.FdiFlowsStock> (дата обращения: 10.05.2025).

9. Real GDP growth (annual percent change) / [Электронный ресурс] // International Monetary Fund : [сайт]. – URL: https://www.imf.org/external/datamapper/NGDP_RPCH@WEO/OEMDC/ADV_EC/WEOWORLD (дата обращения: 10.05.2025).

10. Global Value Chains / [Электронный ресурс] // U.S. Bureau of Economic Analysis : [сайт]. – URL: <https://www.bea.gov/data/special-topics/global-value-chains> (дата обращения: 10.05.2025).

11. Temin P. Lessons from the Great Depression: The Lionel Robbins Lectures for 1989. – Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1989

12. Fredette D. The United States' global ranking regarding workers' rights: comparing three countries' positions on the right to organize and collective bargaining / Fredette Damara // Government Law Review. – 2019. – № 12. – С. 1-27.

13. State Minimum Wage Laws / [Электронный ресурс] // U.S. Department of Labor : [сайт]. – URL: <https://www.dol.gov/agencies/whd/minimum-wage/state> (дата обращения: 11.05.2025).

14. Ahn, Hie Joo, Bart Hobijn, and Ayseg ul Sahin (2023). "The Dual U.S. Labor Market Uncovered," Finance and Economics Discussion Series 2023-031. Washington: Board of Governors of the Federal Reserve System, <https://doi.org/10.17016/FEDS.2023.031>.

15. International Monetary Fund. 2025. World Economic Outlook: A Critical Juncture amid Policy Shifts. Washington, DC. April.

16. Durante A., York E. Trump Tariffs: The Economic Impact of the Trump Trade War / Durante A., York E. [Электронный ресурс] // Tax Foundation : [сайт]. – URL: <https://taxfoundation.org/research/all/federal/trump-tariffs-trade-war/#:~:text=Altogether%2C%20Trump's%20tariffs%20will%20raise,US%20GDP%20by%201.0%20percent> (дата обращения: 12.05.2025).

© Сибилев Ю.И., 2025

УДК 336.7

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ И МОБИЛЬНОГО БАНКИНГА: СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ

Сидорук А.А.

Научный руководитель Зернова Л.Е.

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

В последние годы процессы автоматизации и цифровизации охватили практически все области жизни современного общества, исключением не стала и сфера финансов. Россия занимает одно из лидирующих мест по внедрению финансовых технологий, и рынок продолжает расширяться даже в условиях экономических вызовов. По итогам второго квартала 2024 года его объем достиг 56,2 млрд. рублей, что на 10,5% превышает показатели прошлого года. Этот рост обусловлен развитием отечественной ИТ-инфраструктуры и интеграцией искусственного интеллекта в бизнес-процессы, особенно в банковском секторе.

Значительный рост числа пользователей мобильных банковских приложений иллюстрируют следующие статистические данные. Так, если количество пользователей мобильного банкинга в России в 2014 году оценивалось в 10 млн. человек, то в 2024 году размер аудитории, приблизился к 80 млн. [1]. Иными словами, за десятилетний период количество пользователей мобильного банкинга увеличилось почти в восемь раз. Если обратиться к статистике Банка России о количестве банковских счетов физических лиц, у которых доступно совершение операций с помощью мобильных клиентских устройств, то можно сделать следующие выводы. Во-первых, рост числа таких счетов с 2014 до 2024 годы составил 9 раз, что может служить косвенным подтверждением ранее полученной оценки числа пользователей [2]. Представленная информация является подтверждением того, что мобильный банкинг прочно укоренился в повседневной жизни людей и востребованность банковских приложений с каждым годом увеличивается.

При этом нельзя отрицать тот факт, что функции и услуги онлайн банкинга значительно эволюционировали с первых дней истории его существования – от необходимости использовать стационарный телефон для оплаты счетов в 1980-х годах до возможности переводить средства, оплачивать счета и депозитные чеки с помощью мобильного устройства сегодня. Современные банковские технологии значительно упростили доступ клиентов к финансовым услугам. Переход от классического обслуживания к цифровым решениям позволил банкам сократить издержки, повысить качество сервиса и укрепить доверие клиентов.

В настоящее время мобильные приложения для Android и iOS стали основным каналом привлечения и удержания клиентов. Более 50% пользователей выбирают банковские услуги через смартфон, поэтому бизнесу важно постоянно расширять функционал с помощью инновационных решений.

Одним из наиболее любимых и широко используемых пользователями трендов мобильного банкинга, является система быстрых платежей. Система быстрых платежей (СБП) – сервис ЦБ РФ, позволяющий совершать мгновенные переводы между счетами разных банков. СБП сочетает удобство, скорость и низкие комиссии, что делает ее выгодной как для клиентов, так и для представителей бизнеса. С момента запуска в 2019 году система значительно эволюционировала: теперь с ее помощью можно оплачивать покупки по QR-коду, через NFC, по ссылке или с привязанного счета [3].

Говоря о мобильном интернет-банкинге, следует упомянуть, что большинство официальных приложений банков РФ нет в App Store и Google Play, что привело к активному развитию веб-версий. За два года банковский сектор добился значительного прогресса в этом направлении. Современные веб-приложения предлагают базовый функционал, мало

отличающийся от аналогичных традиционных приложений: открытие счетов, новых банковских продуктов, переводы, поддержку.

Однако некоторые банки выходят за рамки стандартных решений и предлагают своим клиентам более широкие возможности, например:

Альфа-Банк внедрил открытие совместных счетов и сканирование паспортных данных для новых клиентов;

Газпромбанк добавил чат и опцию оспаривания карточных транзакций;

Т-Банк позволяет оформить рассрочку, зарегистрироваться как самозанятый и предоставить доступ к счету третьим лицам.

Анализируя банковские приложения важно отметить возросшую роль чат-ботов – еще одного популярного в современных условиях тренда. Чат-бот – это инструмент, предназначенный решать интуитивно простые задачи. Например, бот ПСБ для предпринимателей умеет выставлять счета, оплачивать налоги, повторять платежи и оформлять предодобренные кредиты. Банки также развивают чат-ботов, имитирующих разговор с реальным человеком, нацеленных на мгновенное решение запроса [4].

Вместе с тем, банки в экосистеме своих приложений создают контентные платформы с информационными сообщениями, персональными предложениями и полезными сервисами. Например, через сторис банки популяризируют свои продукты и услуги, транслируют о полезных функциях. А некоторые успешно интегрируют не только финансовые, но и небанковские сервисы. В этом и состоит еще одна тенденция банковских приложений – создание суперприложений, или супераппов (superapps) – универсальных платформ, объединяющих множество различных функций и услуг в одном приложении. Примерами успешных супераппов могут служить китайский WeChat и южнокорейский KakaoTalk, которые сочетают в себе функции мессенджера, социальной сети, платёжной системы и даже онлайн-магазина.

В контексте мобильных банковских приложений в России также наблюдается стремление к созданию подобных многофункциональных решений. Например, уже сегодня в приложениях крупных банков доступны бронирование билетов, покупка еды, оформление сим-карты оператора сотовой связи и получение некоторых государственных услуг [5].

Еще одной важной тенденцией, несущей в том числе социальный характер, является обеспечение банковскими приложениями цифровой доступности к услугам.

Особенные потребности в России испытывает больше половины населения: 13 млн. человек с инвалидностью, 37 млн. пенсионеров, примерно 30 млн. людей с временными ограничениями по здоровью. Создавая доступные мобильные приложения банки, закрывают

потребности для половины населения страны. Это не только социальная ответственность для банка, но и конкурентное преимущество [6].

Борьба за клиентов в сфере мобильного банкинга становится всё острее, и банки активно внедряют новые инструменты – удобные веб-приложения, чат-боты и другие решения, чтобы привлекать и удерживать пользователей. Акцент на цифровую доступность подчеркивает, что банки стремятся не только к повышению своей эффективности, но и к комфортному обслуживанию всех категорий клиентов.

Таким образом, современные тенденции в банковских технологиях определяют не только будущее финансового сектора, но и открывают дополнительные перспективы для бизнеса и потребителей, делая рынок более гибким и динамичным.

Список использованных источников:

1. Статистика национальной платежной системы / [Электронный ресурс]. – URL: <https://cbr.ru/statistics/nps/psrf/> (Дата обращения: 28.04.2025)

2. Основные направления повышения доступности финансовых услуг в Российской Федерации на период 2025-2027 годов / [Электронный ресурс]. – URL: https://cbr.ru/content/document/file/166302/presentation_onpdfu_2025-2027.pdf (дата обращения: 03.05.2025)

3. Леонов М.В. Цифровая трансформация банковской деятельности: теория и практика: монография – Москва: Первое экономическое издательство, 2021. – 166 с.

4. Баланов, А.Н. Цифровая трансформация. Финансовые услуги и банковское дело : учебное пособие для вузов / А. Н. Баланов. – Санкт-Петербург : Лань, 2024. – 564 с.

5. Анализ перспектив развития мобильных банковских приложений в России. [Электронный ресурс]. – URL: <https://7universum.com/ru/tech/archive/item/18892> (Дата обращения: 07.05.2025).

6. Бобкова Е.Р., Васильев И.И. Интернет-банкинг vs мобильный-банкинг и их развитие в России // Финансовые рынки и банки – 2023.

© Сидорук А.А., 2025

УДК 336.7

РИСКИ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Сидорук А.А.

Научный руководитель Зернова Л.Е.

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

Проблематика банковских рисков привлекает внимание органов банковского регулирования и надзора разных стран уже довольно давно, и попытки их подробного описания и анализа имели место задолго до начала эры дистанционного банковского обслуживания – ДБО. Значимость потенциальных угроз надежности банковской деятельности в целом осознавалась в банковском сообществе, что выражалось, к примеру, даже в таких оригинальных формулировках, как «банковское дело – это принятие на себя риска с получением компенсации за него». Однако, как это ни парадоксально, до настоящего времени в публикациях, посвященных банковскому делу и сопутствующим рискам, отсутствует единый теоретический подход к определению, интерпретации и практическому применению даже базовых понятий, связанных с этой теорией. Внедрение в банковскую деятельность технологий и систем ДБО усугубило ситуацию в том плане, что на этой волне стали возникать как бы все новые и новые виды банковских рисков, из-за чего и без того не законченная методология, охватывающая выявление, оценивание, анализ, мониторинг банковских рисков и управление ими, стала размываться, затрудняя ее практическое использование [3, 4, 5, 8].

В российской литературе, посвященной рискам банковской деятельности, также часто встречаются «новые» банковские риски, упоминаемые в связи с разными сторонами информатизации этой деятельности. Наиболее «популярными» из них стали «информационные», «технологические», «технические» риски (или их комбинации) и некоторые другие. Дело не в новых названиях как таковых, а в том, что предметная область банковских рисков становится шире вместе с каждой новой банковской информационной технологией, а значит, размывается и становится безграничной и соответствующая методология (как область знаний); вместе с тем она постоянно устаревает, вследствие чего использовать ее на практике почти невозможно.

На самом деле новые технологические и технические решения сами собой не приводят к возникновению новых видов банковских рисков, которые необходимо учитывать в процессе управления ими (кстати, традиционно считается, что в него входят также процедуры выявления,

анализа, мониторинга и оценки уровней этих рисков) и в «изобретении» этих видов рисков необходимости нет. Противоречия, подобные приведенному, свидетельствуют, по мнению автора, о не перспективности такого «экстенсивного» подхода к описанию и анализу банковских рисков. Понимая, что увеличение «множественности видов» банковских рисков препятствует поддержанию целостности и обеспечению преемственности методологии анализа банковских рисков с течением времени и технического прогресса, логичнее было бы более детально изучать и анализировать их структуру. Следовательно, имея в виду возможное развитие их с течением времени, все перечисленные выше новые риски целесообразно интерпретировать как компоненты типичных банковских рисков, уделяя им внимание при внедрении каждой новой банковской услуги.

В последнее время отмечается рост преступлений в сфере мобильного мошенничества [1, 2, 6, 7]. Это неразрывно связано с неправомерным получением персональной информации пользователей систем дистанционного банковского обслуживания (ДБО) (пароли, ПИН-коды и номера банковских карт, а также персональные данные их владельца).

Можно выделить некоторые риски дистанционного банковского обслуживания при использовании мобильных приложений.

Перехват информации. Текстовые сообщения не зашифровываются в процессе передачи, поэтому данные, которыми клиент обменивается с банком через СМС, могут быть перехвачены злоумышленниками.

Несанкционированный доступ к данным. Мобильные платформы не отличаются такой же высокой степенью защиты, как интернет-сайты или банкоматы, и поэтому более уязвимы для мошенников.

Кража паролей. Если пароль уже взломан, можно установить в мобильном устройстве функцию удалённого стирания данных.

Приложения-шпионы. При загрузке мошеннических программных приложений в мобильные телефоны клиенты рискуют потерять ценные данные.

Утеря устройства. Преступники, похитившие телефон, могут восстановить личную информацию его владельца.

Чтобы снизить риски, рекомендуется регулярно проверять аккаунты на предмет подозрительных операций, скачивать приложения только с официальных сайтов банка, использовать антивирусы и дополнительные способы защиты от несанкционированного доступа (второй PIN-код, код блокировки клавиатуры и меню телефона и пр.).

Одним из способов незаконного получения личной информации о лице может быть направление клиентам кредитных организаций по системам электронной почты сообщений, в которых под какими-либо предложениями предлагается ввести с клавиатуры компьютера указанные коды

в поля экранных форм в ходе имитируемых сеансов информационного взаимодействия с кредитной организацией. Одновременно на компьютер клиента с web-сайта могут передаваться вредоносные программы, являющиеся компьютерными вирусами или «закладками», выполняющими в фоновом режиме работы скрытые функции, связанные с неправомерным получением персональной информации пользователей систем ДБО.

Наблюдаются случаи неправомерного получения реквизитов банковских карт при проведении операций через банкоматы. При этом используются накладные устройства на клавиатуру для ввода ПИН-кода или на устройство для приема карт в банкомат, а также специально приспособленные для этих целей «фальшивые» банкоматы, которые незаконно устанавливаются, как правило, в не контролируемых кредитными организациями местах и внешне не отличаются от банкоматов, используемых для ДБО клиентов кредитных организаций.

Возможны случаи направления мошенниками на мобильные телефоны клиентов кредитных организаций SMS-сообщений о необходимости позвонить по номерам телефонов, которые в действительности не принадлежат этим организациям. Также имеют место звонки клиентам с сообщением автоинформаторов о предоставлении продуктов и услуг банка с предложением нажать определенные клавиши на телефоне для подтверждения согласия в их приобретении и т.п. Тем самым клиенты банка провоцируются к вступлению в контакты с мошенниками, целью которых в том числе может являться получение конфиденциальной клиентской информации (например, номера банковской карты и ПИН-кода).

В целях избежания подобных ситуаций можно рекомендовать следующее.

1. При поступлении на мобильный телефон разного рода рассылок необходимо быть бдительными и не отвечать на подобные сообщения, ни в коем случае не переходить по каким-либо указанным ссылкам. Необходимо помнить, что SMS-сообщения, сотрудники банков никогда не запрашивают у клиента информацию о реквизитах карты, пин-коды и одноразовые пароли. Также необходимо поступать при поступлении звонков, когда злоумышленники представляются работниками банков и других учреждений. Необходимо напомнить, что злоумышленники могут использовать специальное программное обеспечение, позволяющее имитировать звонки с официальных номеров банков.

2. Для входа в онлайн-сервисы и банки, социальные сети лучше использовать официальные приложения и сложные пароли.

3. Не следует совершать покупки в не проверенных интернет-магазинах. Нередко такие магазины привлекают покупателей низкой ценой, качественным оформлением сайтов. Прежде чем совершать покупку не забывайте внимательно изучать отзывы покупателей,

старайтесь узнать о магазине как можно больше. Не лишним будет связаться с представителями магазина, задать им несколько вопросов.

4. При пользовании банковских карт необходимо запомнить ПИН-код карты наизусть, носить с собой карту и пин-код, записанный на листке, нельзя.

5. Следует установить разные пароли на мобильные приложения и социальные сети и не использовать один и тот же пароль более одного раза. Лучше всего создавать пароли из случайного набора знаков. (чередовать регистр и помимо букв использовать цифры и специальные символы). Если пароль – это кодовая фраза, состоящая из нескольких коротких и запоминающихся слов, необходимо заменить некоторые буквы в ней символами или числами.

6. В случае утраты мобильного телефона, или изменении номера телефона, необходимо уведомить об этом банк, и путем подачи письменного заявления отвязать услугу «Мобильный банк» от старого номера.

Список использованных источников:

1. 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.

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

8. Швецова Е.А. 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.

© Сидорук А.А., 2025

УДК 331.57

РЫНОК ТРУДА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Силаева А.А., Чернецкая В.М.

Научный руководитель Криворотова Д.А.

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

Рынок труда играет ключевую роль в системе экономических отношений, где пересекаются интересы трудоспособных граждан и работодателей, представляющих государственные, муниципальные, общественные и частные организации. Эти отношения имеют ярко выраженный социально-экономический характер и затрагивают основные потребности большинства населения страны.

Механизм рынка труда определяет уровни занятости и заработной платы. Важным следствием процессов, происходящих на этом рынке, является безработица – явление, которое в целом считается негативным, но практически неизбежным в общественной жизни. Рынок труда служит одним из индикаторов, по состоянию которого можно судить о национальном благополучии, стабильности и эффективности социально-экономических преобразований.

Многоукладная экономика и ее структурные изменения предъявляют новые требования к качеству рабочей силы, её профессионально-квалификационному составу и уровню подготовки, что усиливает конкуренцию среди работников. Это подчеркивает необходимость

изучения факторов, влияющих на процессы на рынке труда, а также оценки закономерностей, тенденций и перспектив его развития.

Занятость населения является необходимым условием для его воспроизводства, так как она влияет на уровень жизни людей и определяет затраты общества на подбор, подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров, их трудоустройство и материальную поддержку безработных. Поэтому такие вопросы, как занятость населения, безработица, конкурентоспособность рабочей силы и рынок труда в целом, являются актуальными для экономики страны и требуют тщательного рассмотрения.

Как отмечает Е.В. Вишина, «рынок труда – это система, которая постоянно изменяется под воздействием внешних и внутренних факторов. Реализация основных функций рынка труда призвана обеспечивать поддержание социально-трудовых отношений при организации процедуры отбора и найма трудовых ресурсов» [1]. Функционирование рынка труда основано на балансе спроса и предложения рабочей силы, а также на согласовании условий найма, включая оплату труда, социальные гарантии и другие аспекты занятости. Труд – это целенаправленная, осознанная деятельность человека, требующая физических, интеллектуальных или творческих усилий. Его результатом становится создание материальных и духовных благ, необходимых для удовлетворения потребностей как отдельных людей, так и общества в целом.

К основным участникам рынка труда относятся: работодатели – компании, государственные учреждения и частные лица, заинтересованные в найме работников; работники – люди, предлагающие свои знания, навыки и время в обмен на заработную плату и иные условия занятости.

Главной целью рынка труда является «продвижение рыночного продукта к потребителю, т.е. процесс удовлетворения потребностей людей, выступающих на рынке в качестве потребителей (покупателей) рыночных продуктов» [2].

Рынок труда выполняет две ключевые функции: экономическую – эффективное распределение трудовых ресурсов; социальную – обеспечение достойного уровня жизни и воспроизводства рабочей силы.

Спрос и предложение на рынке труда определяются множеством факторов, включая изменения в профессиях, региональные различия в уровне безработицы и квалификации кадров, а также общее состояние экономики. Ключевой момент заключается в том, что труд как товар невозможно отделить от работника, что ведет к необходимости учитывать не только уровень заработной платы, но и условия труда, социальные гарантии и психологический климат.

Проблемы и вызовы рынка труда в Российской Федерации включают:

1. Высокий уровень безработицы в некоторых регионах, что связано с экономической неравномерностью. В ряде малонаселенных и удаленных районов уровень безработицы достигает критических значений, что требует решений со стороны государства и бизнеса. Уровень безработицы в 2024 году достиг исторического минимума – 2,3%, но это свидетельствует не о благополучии, а о кадровом голоде. Наиболее острый дефицит наблюдается в производстве, строительстве, сельском хозяйстве и логистике. В Москве в 2024 году был отмечен рекордно низкий уровень безработицы – 0,9%. Еще в девяти регионах показатель не превысил 1,5%, среди них: Амурская область, Ханты-Мансийский округ-Югра, Калужская и Нижегородская области, Ямало-Ненецкий автономный округ, республики Башкортостан и Удмуртия. Наихудшая ситуация сложилась в регионах Северного Кавказа, особенно в Ингушетии, где уровень безработицы составил 25,5%.

Самый длительный срок поиска работы зафиксирован в Еврейской автономной области, где работу придется искать больше года, Республике Хакасия (9 месяцев) и в Забайкальском крае (9 месяцев). Всего же в 17 регионах среднее время поиска работы превышает полгода [3].

2. Технологический прогресс, радикально меняющий структуру занятости. С одной стороны, растёт спрос на IT-специалистов, аналитиков данных, цифровом маркетинге и инженеров. С другой – сокращается потребность в профессиях, связанных с рутинным трудом (например, бухгалтерях, кассирах и администраторах). В 2025 году более 40% компаний планируют сокращать сотрудников из-за внедрения технологий [4]. Так, Сбербанк с 2016 года закрыл около 30% невостребованных офисов банка, что связано с возросшим спросом на использование цифровых банковских услуг.

3. Демографические вызовы. Сокращение трудоспособного населения – одна из главных проблем. По прогнозам, к 2030 году численность экономически активного населения уменьшится на 10% из-за низкой рождаемости и старения общества. Число новорожденных в России в 2024 году составило 1222408 детей, что на 3,4% меньше, чем в 2023 году. Об этом свидетельствуют данные Федеральной службы государственной статистики (Росстат), опубликованные в феврале 2025 года [5].

4. Неформальная занятость и проблемы легализации труда. Около 20% работников в России заняты неформально (без трудовых договоров).

Государство пытается решать проблемы рынка труда через: программы переподготовки (например, национальный проект «Демография»); стимулирование трудовой мобильности (субсидии на переезд в регионы с дефицитом кадров); борьбу с нелегальной занятостью, включая ужесточение контроля за работодателями.

Рынок труда в России еще не сформировался в полной мере. Он характеризуется приличными диспропорциями в структуре занятости и

заработной платы, наличием административных, правовых и экономических ограничений [6]. Эксперты сходятся во мнении, что ключевыми направлениями развития станут:

Гибкие формы занятости (удалённая работа, фриланс) – работники могут самостоятельно выбирать время начала и окончания рабочего дня, что позволяет им лучше организовать свое время. На дистанционном режиме работе на начало 2025 года трудится примерно чуть более 1% от общей численности занятых – 1 млн. человек, из которых 35-45% работают полностью удаленно, а 55-65% в смешанном режиме [7].

Непрерывное образование – это концепция, согласно которой обучение и развитие навыков происходят на протяжении всей жизни человека, основанная на том, что в быстро меняющемся мире, особенно в условиях технологических изменений и глобализации, важно постоянно обновлять и расширять свои знания и умения.

Таким образом, рынок труда в Российской Федерации – это сложная и многогранная структура, находящаяся в состоянии постоянного изменения. Актуальность обсуждаемых вопросов, связанных с изменением структуры занятости, уровнем квалификации и вызовами, стоящими перед состоянием рынка, представляет собой не только интерес для специалистов в области экономики, но и является важной темой для общества в целом. Важно понимать, что адекватные реакции на изменения и вызовы, угрожающие рынку труда, могут сыграть ключевую роль в формировании благоприятной экономической среды в стране.

Список использованных источников:

1. Вишина Е. В., Бабичева А. А. Рынок труда: сущность, содержание и структура //Форум молодых ученых. – 2018. – №. 12-1 (28). – С. 884-889.

2. Оганян Т. Р. Понятие рынка труда //Вестник экономической безопасности. – 2009. – №. 2. – С. 138-139.

3. Рейтинг регионов по уровню безработицы – 2024. [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://riarating.ru/infografika/20250310/630277708.html> (дата обращения: 02.05.2025).

4. Более 40% компаний уволят часть сотрудников в 2025 году [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://www.e-executive.ru/sections/hr-news/news/2098469-bolee-40-kompanii-uvolyat-chast-sotrudnikov-v-2025-godu> (дата обращения: 02.05.2025).

5. Рождаемость в России – 2025. [Электронный ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://zdrav.expert/index.php/> (дата обращения: 02.05.2025).

6. Щеголева А. И. Перспективы развития рынка труда в России // Экономика и социум. – 2017. – №. 8 (39). – С. 325-328.

7. Удаленная работа в России: сколько сотрудников работает из дома и что думают работодатели, по данным ВЦИОМ и ВШЭ [Электронный

ресурс] / Режим доступа. – URL: <https://adpass.ru/udalennaya-rabota> (дата обращения: 02.05.2025).

© Силаева А.А., Чернецкая В.М., 2025

УДК 338.462

ПРИВЕДЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСА В СООТВЕТСТВИЕ С УРОВНЕМ КУЛЬТУРЫ ПОВЕДЕНИЯ КЛИЕНТОВ

Симонов П.К., Политова Р.В.

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

В современных рыночных условиях сотрудникам организаций по оказанию услуг необходимо учитывать поведенческие особенности своих клиентов исходя из местонахождения. Это обуславливается, в том числе, и процессом расширения зоны влияния международных компаний на рынках без санкций. Гибкость и возможность адаптироваться к различным локальным рынкам являются важными конкурентными преимуществами организаций. Таким образом услуги организации имеют большую востребованность у клиентов, что позитивно отражается на прибыли и репутации фирмы. Информированность о локальных культурных особенностях позволяет сотрудникам гибко подстраиваться под ситуации на рынке и оперативно реагировать на изменения.

Адаптация деятельности организации выражается в изменении оказываемых услуг ввиду ряда различных факторов [1]: языковых особенностей; местного законодательства; культурных различий.

С учетом всех вышеперечисленных факторов деятельность организации можно в полной мере адаптировать к локальному рынку и максимизировать свою привлекательность для потенциальных клиентов.

Главная проблема такой адаптации – сложность и высокая стоимость таких улучшений. Необходимо учитывать множество обстоятельств. Руководителям компаний приходится нанимать специалистов для проведения анализа конъюнктуры рынка. Учесть предпочтения местного населения, их средний уровень дохода и отношение к типу предоставляемых организацией услуг. Сотрудникам логистических отделов компаний необходимо продумать и обеспечить поставку нужных ресурсов и материалов для оказания услуг и производства товаров.

Адаптация к особенностям поведения клиентов влечет как негативные, так и позитивные последствия для организации. К основным плюсам можно отнести следующие.

Рост репутации организации и ее имиджа. Повышение доверия со стороны клиентов и улучшение восприятия качества услуг, предоставляемых организацией.

Освоение новых рынков. Таким образом организация сможет расширить зону своего влияния и получить новых клиентов. Увеличение общей доли рынка организации.

Снижение рисков и повышение устойчивости деятельности. Снижение зависимости от рынков других стран. Адаптация позволяет быстро реагировать на изменения в потребностях конкретного рынка.

Повышение эффективности оказания услуг. Адаптация сервиса к местному диалекту и культуре повышает его эффективность.

К основным же минусам следует отнести перечисленные ниже аспекты.

Политическая неопределенность. При адаптации к новому рынку всегда присутствует риск нестабильности политической системы.

Высокие начальные вложения. В самом начале процесса адаптации расходы могут быть колоссальными.

Необходимость учитывать особенности клиентуры. В попытке угодить локальным потребностям организация может потерять свою самобытность.

Проблемы с транспортной логистикой. Иногда слабо получается оптимизировать данную характеристику и могут возникать задержки в поставках.

Поэтому до выхода на локальный рынок сотрудникам организации необходимо верно оценить риски и свои финансовые возможности [1].

Положительным примером адаптации к российскому рынку является деятельность международной сети кофеен, баров и супермаркетов (из Израиля) «Cofix». Первая кофейня «Cofix» открылась в Москве в 2016 году и быстро приобрела популярность. Тенденцию по росту количества точек сети кофеен можно отследить по рис. 1, составленному автором статьи на основе данных поисковой системы «Яндекс»

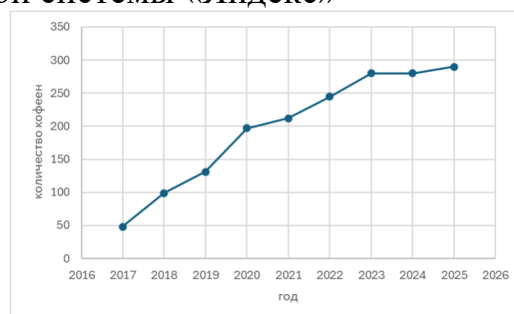


Рисунок 1 – График роста количества кофеен «Cofix» в России

Анализируя данный график можно сделать вывод, что сеть довольно быстро развилась на российском рынке укрепив свои конкурентные позиции, стабильно открывая новые кофейни каждый год. Для успешного

выхода на российский рынок компания использовала различные инструменты влияния.

Кофейни компании были открыты в России имея в своем распоряжении широкий ассортимент напитков, среди которых клиент может выбрать что-то, отвечающее его потребностям: кофе, какао, чай, лимонад и так далее. Сотрудники сети предлагает своим клиентам различные добавки в виде сиропов разных вкусов. Персонал кофейен также предлагает заменить молоко, содержащее лактозу, на альтернативное молоко в основу которого входят овсянка, миндаль, фундук, кокос, банан и другие. Так работник сети может приготовить напиток, который устроит человека с непереносимостью лактозы или человека чьим культурным убеждениям противоречит употребление молочных продуктов.

За время своего существования руководители рекламных отделов сотрудничали с директорами множества российских компаний. Так за последний год было состоялось более 3 мероприятия по сотрудничеству. Первая была проведена совместно с Лабораторией Касперского в октябре 2024 года, в рамках которой «Лаборатория Касперского» и «Соfix» представили лимитированный салат «Салатный пакет данных» с курицей и брокколи, а также согревающий напиток «СейфЛатте» в специальном стакане авторский латте Эрл Грей с мятным сиропом и сублимированной смородиной [2].

Так сотрудники компаний решили рассказать о стартовавшем осеннем наборе на программу стажировок SafeBoard для студентов Москвы и Московской области от «Лаборатории Касперского» [2]. Сотрудничество было нацелено на привлечение молодежи, заинтересованной в информационных технологиях, их развитии, и изучении.

Второе же мероприятие по сотрудничеству стартовало 5 марта 2025 года совместно с известным российским дизайнером, предпринимателем и блогером Артемием Лебедевым. Артемий является медийной личностью с высокой известностью и авторитетом в сфере дизайна в России. Он создал множество логотипов для российских компаний и даже некоторых российских городов. Таким образом руководители рекламного отдела «Соfix» привлекли к компании еще больше внимания за счет вовлечения сторонников знаменитости – Артемия Лебедева и выпустила 5 лимитированных напитков [3].

Третье сотрудничество же было организовано «СберПрайм» известным сервисом от «Сбербанк России» в феврале 2025 года. Оно заключалась в возможности выиграть «путешествие» при покупке напитка в новом стаканчике и оформлении подписки «СберПрайм» [4]. За счет этого руководители «Соfix» привлекли к сети внимание пользователей платной подписки «СберПрайм» и соответственно клиентов Сбербанка

России. За счет адаптивного подхода был достигнут высокий уровень узнаваемости и конкурентоспособности компании [5].

Необходимо отметить активность «Соfix» во время пандемии в 2021-2022 годах. В то время, когда многие кофейни сокращали перечень предлагаемых услуг и время работы, Руководители компании продолжили активное развитие и внедрение на российский рынок. Таким образом руководство и персонал успешно адаптировались к пандемии и доходы компании за это время в значительной степени выросли.

В итоге организация по приготовлению кофе смогла приобрести широкую клиентскую базу за счет гибкости и возможности адаптироваться к клиентским предпочтениям, а также за счет сотрудничества с известными российскими компаниями. Руководители «Соfix» правильно распределили ресурсы, и услуги компании стали неотъемлемым элементом жизни многих клиентов. За счет правильного подхода к продвижению и уважения потребностей своих клиентов. Сейчас компания одна из ведущих в данном сегменте на российском рынке.

Еще одним примером успешной адаптации к культурным предпочтениям российского рынка можно назвать деятельность «Додо Пицца». Организация представляет собой международную сеть пиццерий и охватывает на данный момент рынки 24 стран.

Первая пиццерия была открыта в 2011 году в Сыктывкаре, а к настоящему времени в России насчитывается около 970 пиццерий – актуально на 17.04.2025. Проследить динамику роста количества пиццерий можно на рис. 2 [6].

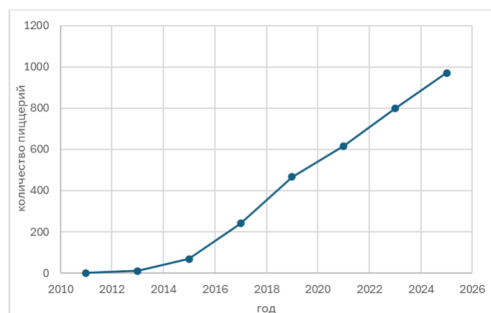


Рисунок 2 – Динамика роста количества заведений «Додо Пицца» [6]

По информации графика рис. 2 можно сделать вывод о непрерывном увеличении количества своих заведений на российском рынке с наращиванием доли рынка и расширением области влияния организации начиная с 2011 года.

В меню Додо имеется широкий выбор различных блюд, среди которых клиент сможет подобрать блюдо или напиток под свои культурные и индивидуальные особенности.

Важным отличием от многих других пиццерий является ориентация на семейные и дружеские посещения – в пиццериях есть детское меню с интересными играми и раскрасками, при этом во многих Додо Пицца имеется детский «уголок» для спокойного рисования и решения

головоломок. В меню заведения присутствует большое количество выгодных предложений для больших компаний взрослых и детей.

Однако наиболее интересными являются временные партнерства. Самыми запоминающимися из которых являются сотрудничества с компаниями по выпуску видеоигр «Cyberpunk 2077» в 2020 году и «Genshin Impact» в 2024 году. Однако в случае с «Додо Пицца» используются сами игры как элемент привлечения внимания молодежи.

Во время сотрудничества с CD Project RED выпустили лимитированную пиццу «Додо 2077», которая подавалась в особой жёлтой коробке с необычным рисунком, отсылающим к стилю игры «Cyberpunk 2077». Таким образом руководители сети пиццерий привлекли к пиццерии большое внимание молодежи за счет сотрудничества с CD Project RED выпустившей популярную на тот момент игру.

Для сотрудничества с miHoYo Limited была выпущена лимитированная партия пиццы «Сокровище леса» в дизайнерской упаковке в стилистике игры с особым напитком «Тайна неба» и огромное количество сувенирной продукции: 3 вида брелоков, акриловые стенды и промокоды, по которым можно было получить уникальные предметы в самой видеоигре «Genshin Impact». За счет этого руководители отдела рекламы «Додо Пицца» привлекли внимание еще большего количества потенциальных посетителей, так как в эту игру играют дети и взрослые.

В результате обе компании опираются на схожие подходы к самопродвижению. Партнёрства «Cofix» ориентируется на российские сервисы и компании: «Сбербанк России», «Лаборатория Касперского» и т.д. А мероприятия в рамках сотрудничества «Додо Пицца» ориентируются на компании по выпуску видеоигр с большим влиянием на представителей российского рынка, преимущественно молодое поколение клиентов.

Обе организации добились успеха в приспособлении собственной деятельности под культурные запросы рынка России. Адаптация к культурным особенностям клиентского поведения может положительно повлиять на результаты деятельности компаний.

Список использованных источников:

1. Синьянь Ф. Особенности локализации производства в международном бизнесе // Экономика и социум. 2023. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-lokalizatsii-proizvodstva-v-mezhdunarodnom-biznese> (09.03.2025)

2. Информация о сотрудничестве «Cofix» и «Лаборатория Касперского». – URL: <https://cofix.global/ru-ru/about/news/9280/> (09.03.2025)

3. Информация о сотрудничестве «Cofix» и дизайнера Артемия Лебедева. – URL: <https://cofix.global/ru-ru/about/news/9542/> (09.03.2025)

4. Информация о сотрудничестве «Cofix» и «СберПрайм». – URL: <https://cofix.global/ru-ru/about/news/9505/> (09.03.2025)

5. Темирова Ф. Влияние культурных различий на стратегии международного брендинга // Экономика и социум. – 2024. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-kulturnyh-razlichiy-na-strategii-mezhdunarodnogo-brendinga> (09.03.2025)

6. Официальная статистика роста численности заведений и общей выручки «Додо Пицца». – URL: <https://dodostats.ru/> (11.03.2025)

© Симонов П.К., Политова Р.В., 2025

УДК 005.35

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ЭПОХУ ПОЛИКРИЗИСОВ: МЕХАНИЗМЫ АДАПТАЦИИ И ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ БИЗНЕСА

Син Чи, Степченкова О.С.

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

В современных условиях, когда бизнес сталкивается с чередой глобальных потрясений – поликризисов (от пандемии до последствий климатических изменений) – корпоративная социальная ответственность (КСО) выходит на первый план стратегического управления. Примеры корпоративных инициатив во время пандемии COVID-19 и после природных бедствий показывают, что компании перестраивают свои КСО-стратегии, смещая акценты с традиционных филантропических программ на оперативное реагирование и поддержку ключевых социальных институтов [1, 7, 9].

Цель исследования – выявить ключевые механизмы адаптации КСО-стратегий к глобальным кризисам и оценить их влияние на устойчивость бизнеса и социально-экологическую устойчивость местных сообществ. Методология и дизайн исследования построены на качественном анализе кейсов компаний (Coca-Cola, Disney, CVS Health, FedEx, Amazon и др.), действовавших в условиях пандемии COVID-19 (2020-2022 гг.) и обострении вопросов климатической повестки и природных катаклизмов (2019-2023 гг.), сравнительно-сопоставительном анализе стратегий КСО. В качестве источников данных использованы корпоративные отчеты, пресс-релизы, публикации в наукометрических базах Science Direct, Emerald, Sage Journals, данные ESG-рейтингов.

1. Развитие КСО в условиях пандемии COVID-19. Во время вспышки COVID-19 компании оперативно перенаправляли свои ресурсы на поддержку здравоохранения, в том числе поставку средств индивидуальной защиты и оборудования для медицинских учреждений [4,

5, 8]. Global Coca-Cola System задействовала локальные предприятия и сотрудников для развозки питьевой воды и антисептиков, сотрудничая с волонтерскими организациями и государственными службами. Disney в своем отчете за 2020 год подчеркнул важность заботы о здоровье сотрудников и расширил доступ к цифровым развлекательным приложениям, предоставляя бесплатный доступ к образовательному контенту и играм для семей на самоизоляции.

CVS Health инвестировала более 50 млн. долларов в благотворительные инициативы, направленные на обеспечение нужд уязвимых слоев населения, включая пожилых людей и мало защищенные группы, а также финансировала программы тестирования и вакцинации. Исследования показали, что виды КСО-активностей (пожертвования деньгами, товарами, сервисные инициативы и поддержка сотрудников) по-разному влияют на развитие бренда, причем именно пожертвования и сервисная поддержка клиентов стимулировали краткосрочный рост бренда, в то время как долговременное укрепление репутации требует системного подхода.

Компании также предпринимали шаги для поддержки удаленной работы. Например, Synchrony Financial в 2020 году за три недели запустила бесплатный онлайн летний лагерь для детей сотрудников, что повысило моральный дух и продуктивность работников. Мобильные и IT-компании расширили субсидии на оборудование и доступ к высокоскоростному интернету, что снизило цифровой разрыв и позволило беспрепятственно продолжать операционную деятельность.

Анализ публикаций позволяет сделать вывод, что вовлечение в образовательные проекты не только поддерживает сообщества, но и формирует положительный имидж компании как «ответственного корпоративного гражданина».

2. Реакция бизнеса на климатические проблемы. Изменения климата способствуют природным катастрофам, с последствиями которых многие крупные компании эффективно справляются [2, 10]. FedEx использовал свою сеть для быстрой доставки гуманитарных грузов и оборудования в зоны бедствий после ураганов и наводнений; австралийская организация WIRES получила 10 млн. долларов на спасение дикой природы во время масштабных лесных пожаров 2019-2020 годов, включая онлайн-обучение волонтеров и научные программы по восстановлению экосистем.

Компании внедряют «зеленые» продукты и услуги. Patagonia продвигает концепцию устойчивого потребления, призывая клиентов покупать меньше, а Amazon объявила о переходе на 80% возобновляемой энергии и создании фонда в 10 млрд. долларов для климатических проектов. Финансовые игроки, такие как BlackRock, сокращают инвестиции в угольную отрасль и увеличивают долю «зеленых» активов, рассматривая изменение климата как финансовый риск.

Zurich Insurance прекратила страхование нефтепроводных проектов и инвестировала 4.6 млрд. долларов в социально-экологические инициативы, обеспечив при этом энергоснабжение на 100% от возобновляемых источников. Исследования подчеркивают, что сотрудничество с НКО и правительственными структурами позволяет масштабировать помощь и интегрировать ее в национальные программы восстановления после кризисов.

3. Сравнительный анализ подходов. Меры, реализованные в условиях пандемии, предполагали оперативное перераспределение ресурсов, тогда как климатические инициативы интегрируют экстренное реагирование со стратегическими инвестициями в минимизацию долгосрочных рисков. В формировании уникальных подходов компании опираются на свои сильные стороны: логистика – FedEx, технологии – Amazon, финансы – BlackRock. Эффективность инициатив оценивается посредством комбинированного анализа количественных метрик (объем поставок гуманитарных грузов, масштабы «зелёных» капиталовложений) и качественных индикаторов (динамика репутационных индексов, уровень вовлечённости локальных сообществ) (табл. 1).

Таблица 1 – Классификация стратегий КСО в условиях поликризисов. Источник: составлено авторами.

Тип кризиса	Стратегия	Примеры	Результаты
Пандемия COVID-19	Экстренная помощь	Coca-Cola (доставка воды), CVS Health (\$50 млн на тестирование)	Краткосрочный рост лояльности (+23% NPS у CVS Health).
Климатические катастрофы	Долгосрочные инвестиции	Amazon (возобновляемая энергия), Zurich Insurance (\$4.6 млрд в экопроекты)	Снижение углеродного следа на 18% (Amazon, 2023).

4. Рекомендации. Ключ к быстрому и скоординированному реагированию на кризис – наличие заранее отработанных сценариев и эффективным инструментов для перенаправления ресурсов и запуска КСО-инициатив. В FSG — консалтинговой компании, специализирующейся на социальном воздействии бизнеса, разработали CSR Strategy Roadmap, включающую три модуля: Alignment & Visioning (выявление приоритетов и «точек боли» стейкхолдеров), Strategy & Development (конкретизация целей, ролей и ресурсов) и Measurement & Learning (определение метрик и механизмов обратной связи) [3]. Помимо этого, FSG предлагает Intent Matrix, Issue Monitor и Impact Models для быстрого «сбора» и упорядочивания информации о внешних рисках, их приоритизации и оценке потенциального эффекта от разных форм вмешательства. Благодаря таким инструментам компании могут заранее протестировать несколько сценариев (например, вспышка заболевания, крупная природная катастрофа, социальные беспорядки), сформировать сценарий коммуникационных сообщений и логистических маршрутов, а при наступлении кризиса – минимизировать время на согласование и запуск.

Сдвиг от разовых благотворительных акций к устойчивому процессу созданию ценностей требует, чтобы социальные и экологические цели

стали органичной частью стратегического планирования. Компании, успешно внедряющие такие подходы, четко формулируют взаимосвязь между финансовыми целями и КСО-инициативами (например, снижение углеродного следа одновременно сокращает энергозатраты) и используют KPI, охватывающие как финансовые результаты, так и социально-экологические показатели, что позволяет вовлечь руководителей компаний и инвесторов.

Мобильные и онлайн-инструменты существенно расширяют охват и вовлечённость аудитории в условиях кризисов [6]. Понятие mCSR (mobile Corporate Social Responsibility) подразумевает коммуникацию CSR-инициатив через мобильные приложения и соцсети, где пользователи получают мгновенные уведомления, могут предложить помощь или отследить ход выполнения проекта. Эмпирические исследования Grady College (Университет Джорджии) [6] показали, что четыре типа «удовлетворения» (gratifications) – технологическое удобство, социальное взаимодействие, развлечение и информационный обмен – статистически значимо влияют на доверие, удовлетворённость и приверженность аудитории во время природных катастроф. Кроме того, вовлечённость (engagement) через мобильные каналы повышает восприятие мотивов КСО как ценностно-ориентированных, снижая скептицизм в сообществе.

Сотрудничество с НКО, государственными структурами и научными институтами усиливает масштаб и эффективность программ КСО. Анализ кейсов [6, 7, 9] показывает, что модель «КСО-партнёрства» может принимать форму совместных проектов, где каждая сторона вносит свои ресурсы. Например, компании – финансовые и логистические возможности, НКО – экспертные знания в области социальной работе, органы власти – обеспечивают доступ к инфраструктуре и данным. В таких альянсах критически важно выстраивать прозрачные механизмы координации, распределять зоны ответственности и совместно определять метрики успеха.

Следование стандартам GRI, используемым более 10000 компаний для раскрытия социально-экологических показателей, укрепляет доверие стейкхолдеров, снижает финансовые риски и повышает устойчивость бизнеса, что подтверждается стабильностью стоимости акций и кредитных рейтингов у компаний с высокими ESG-баллами, при условии анализа динамики данных и постановки целевых ориентиров.

Опыт пандемии COVID-19 и нарастание климатических катастроф демонстрирует, что критическим элементом корпоративной устойчивости является способность организации функционировать не только в рамках заранее описанных сценариев, но и оперативно перестраивать свою социальную и экологическую повестку в ответ на самые неожиданные вызовы. Такие компании выстраивают КСО как динамическую подсистему, то есть разрабатывают модульные наборы мер (от экстренных

пожертвований до цифровых образовательных платформ), постоянно тестируют их в условиях неясности и сразу же включают в основные бизнес-процессы. В результате возникает механизм «адаптивного управления», когда решения принимаются не по инерции устаревших регламентов, а на основе актуальных данных о потребностях сообществ и внутренних возможностях организации. Более того, устойчивость обеспечивается через интеграцию «корпоративных активов» и «социальных акций». В пандемию это выражалось в переналадке производств, а в климатических кризисах – в исследовании тех же логистических цепей и волонтерских сетей для доставки гуманитарной помощи и восстановления инфраструктуры. Такой подход не только ускоряет время реакции, но и позволяет компаниям извлекать долгосрочные уроки: создание резервов (например, цифровых хабов) становится частью стратегического капитала, который всегда готов к «переквалификации» под новые задачи. Наконец, сочетание краткосрочных экстренных мер и долгосрочных обязательств лежит в основе построения социально-экологической гибкости. Экстренные пожертвования и волонтерские акции смягчают непосредственные последствия кризиса, но именно вложения в развитие локальных компетенций (образовательные программы, поддержка малого бизнеса, инвестиции в возобновляемую энергетику) формируют прочную «подушку безопасности» для всех стейкхолдеров. В совокупности это неразрывно увязывает корпоративную устойчивость с конкурентными преимуществами: компании не только сохраняют бизнес-модель в турбулентных условиях, но и укрепляют доверие рынков, регуляторов и общества, что, в свою очередь, снижает операционные и регуляторные риски и открывает новые возможности для роста.

В качестве определения направлений для дальнейших исследований и дискуссий можно предложить следующие вопросы и проблемы:

1) адаптация корпоративных КСО-стратегий требует дифференцированного подхода, учитывающего ресурсные ограничения малого бизнеса и необходимость государственной поддержки для обеспечения их устойчивости;

2) баланс между оперативным реагированием и системными изменениями остаётся ключевой проблемой, требующей интеграции краткосрочных мер с долгосрочными инвестициями в инфраструктуру для избегания «косметической КСО»;

3) региональные барьеры, такие как слабая регуляторная база и культурные особенности, подчёркивают необходимость локализации КСО-инициатив через сотрудничество с локальными сообществами и адаптацию целей;

4) внедрение ИИ и блокчейна открывает новые возможности для прогнозирования кризисов и повышения прозрачности, однако требует решения этических и технических вызовов;

5) дальнейшие исследования должны расширить фокус на анализ неудачных кейсов и культурных факторов, чтобы преодолеть смещение в сторону успешных примеров и обеспечить комплексное понимание эффективности КСО.

Список использованных источников:

1. Ashley Stadler Blank, Katherine E. Loveland, Andong Cheng, Scott Beck, Austin Rundus Responding to COVID-19: The impact of corporate social responsibility on consumer behavior. *Int. J. Consum. Stud.* 2024;48: <https://doi.org/10.1111/ijcs.12982>

2. Beyond the Crisis: How Companies Can Build Long-Term Resilience in Natural Disaster Response. *CMR*. URL: <https://cmr.berkeley.edu/2025/03/beyond-the-crisis-how-companies-can-build-long-term-resilience-in-natural-disaster-response> (дата обращения: 10.05.2025).

3. Crisis After Crisis: Reimagining Corporate Disaster Response. *FSG*. URL: <https://www.fsg.org/resource/crisis-after-crisis> (дата обращения: 10.05.2025).

4. Jun Lu, Wengui Li, Wei Huang, Corporate social responsibility and stock resilience to COVID-19: A contract theory perspective, *International Review of Economics & Finance*, Volume 89, Part B, 2024, Pages 12-29, ISSN 1059-0560, <https://doi.org/10.1016/j.iref.2023.10.001>.

5. Luxury's war effort against coronavirus. *VOGUE*. URL: <https://www.voguebusiness.com/companies/european-luxury-fashions-war-effort-against-coronavirus> (дата обращения: 10.05.2025).

6. Mobile Corporate Social Responsibility (mCSR): Examining Publics' Responses to CSR-Based Initiatives in Natural Disasters. *University of Georgia* URL: <https://grady.uga.edu/research/mobile-corporate-social-responsibility-mcsr-examining-publics-responses-to-csr-based-initiatives-in-natural-disasters> (дата обращения: 10.05.2025).

7. Singh, P. and Sharma, A.P. (2024), "Corporate social responsibility and COVID-19 pandemic: an analytical view of community attitude", *IIMT Journal of Management*, Vol. 1 No. 2, pp. 242-263. <https://doi.org/10.1108/IIMTJM-12-2023-0068>

8. SoYeon Jung Corporate Social Responsibility and COVID-19: Doing Good and Doing Well // *Sage Journals* DOI: 10.1177/21649987231208758

9. Tengku Ezni Balqiah, Rifelly Dewi Astuti, Fanny Martdianty, Sri Rahayu Hijrah Hati, Corporate social responsibility and customer's responses: CSR authenticity and government intervention during the COVID-19 pandemic, *Heliyon*, Volume 9, Issue 5, 2023, e15962, ISSN 2405-8440, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15962>.

10. Zhongda He, Biao Guo, Yukun Shi, Yang Zhao, Natural disasters and CSR: Evidence from China, Pacific-Basin Finance Journal, Volume 73, № 10, 2022, 101777, ISSN 0927-538X, <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2022.101777>.

© Син Чи, Степченкова О.С., 2025

УДК 004.04

К ВОПРОСУ О РОЛИ ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЙ КАК ПРОДУКТА ИТ-СФЕРЫ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Синев Д.А.

Научный руководитель Гайдук А.Е.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики», Самара*

В статье рассмотрено понятие веб-приложения и принципы их создания. Автором выявлены отличия веб-приложений от сайтов, представлены языки, используемые для их разработки, определены области применения веб-приложений, на примере компаний оценен эффект от их внедрения в деятельность предприятия.

В современном мире продукты ИТ сферы для большинства пользователей практически не отличимы. Многие не знают точные определения и предназначение тех или иных продуктов. В частности, пользователи не видят разницу между веб-сайтами и веб-приложениями, однако, они выполняют разные функции. Элемент научной новизны данной статьи заключается в выделении ключевых отличий и особенностей веб-приложений от веб-сайтов и определении роли веб-приложения в повышении эффективности деятельности предприятия.

Актуальность темы определена ростом популярности веб-приложений, являющихся на данный момент одним из востребованных и перспективных продуктов в ИТ-сфере, которая представляет собой использование компьютерных вычислений и устройств для обработки данных, их передачи, анализа и хранения. Так современное развитие ИТ-сферы обусловлено в том числе и веб-разработками. Разработка веб-приложений достаточно прибыльная отрасль. По оценкам экспертов ее доход в 2024 году составил 166,20 млрд. долларов США [1], что сопоставимо с ВВП стран с 57 по 59 место в списке МВФ за 2023 год (общее количество стран в списке 193) [2]. Веб-приложения стали более функциональны за счет внедрения новых функций. Развитие ИТ-отрасли оказывает влияние не только на саму отрасль, но и способствует появлению новых рабочих мест и трансформации профессиональных навыков. Это позволяет развиваться не только ИТ-сфере, но и всем отраслям, которые активно пользуются новыми возможностями – для них

такие информационные продукты являются инструментами, повышающими эффективность их деятельности. Однако для развития ИТ-сферы требуется больше ресурсов: информационных, финансовых, технологических, а также трудовых. При этом следует понимать, что уровень владения компетенциями разработчиков должен постоянно расти, то есть, специалисты должны повышать свой профессионализм. Это возможно посредством теоретического обучения и практической работы. Таким образом, появление новых продуктов в ИТ-сфере дает толчок к развитию не только ее самой, но и многих отраслей экономики, в том числе и сферы образования [3].

Веб-приложение – это компьютерная программа, которая запускается в веб-браузере. Она состоит из отдельных страниц, каждая из которой выполняет свои функции. Веб-сайт представляет собой одну страницу или набор связанных по смыслу страниц, которые находятся в сети Интернет, на которых размещается текстовая и графическая информация в виде изображений, видео, анимации [4]. Разница между сайтами и веб-приложениями заключается в следующем: информация на сайтах представлена только для ознакомления, то есть, статична для пользователя, а веб-приложения позволяют пользователям самостоятельно менять контент [5]. Существующие типы веб-приложений представлены на рис. 1.



Рисунок 1 – Виды веб-приложений

Представим краткую характеристику каждого из них.

Статические – самые простые веб-приложения, они не требуют обработки сервера, состоят из файлов HTML, CSS и JavaScript, используются для демонстрации статического контента. Большинство информационных веб-сайтов представляют собой статические веб-приложения.

Динамические веб-приложения функционируют на основе серверных сценариев, содержат динамический контент, например, веб-сайты электронной коммерции.

Одностраничные приложения (SPA) загружают одну HTML-страницу и обновляют ее содержимое с помощью JavaScript. Они удобны для пользователя, так как не требуют обновления большого количества страниц, характеризуются высокой скоростью работы.

Прогрессивные веб-приложения (PWA) основаны на современных веб-технологиях, имеют возможность реализовывать автономные функции, отправлять push-уведомления.

Веб-службы предоставляют набор API-интерфейсов, позволяющие другим приложениям взаимодействовать с ними. Они часто используются с целью интеграции между различными приложениями и системами.

Веб-приложения портала формируют единый шлюз к различным ресурсам, таким как новости, электронная почта и социальные сети. Они часто используются в крупных организациях.

Веб-приложения для электронной коммерции содержат такие элементы, как корзины покупок, платежные шлюзы и системы управления заказами [6].

Таким образом, рассмотренные виды веб-приложений используются для разных целей, дают возможность взаимодействия в режиме реального времени, позволяют пользователям более эффективно пользоваться ресурсами сети Интернет.

Создание веб-приложений стало возможным благодаря появлению языка программирования JavaScript [7]. Он был разработан в конце 1990-х годов американским программистом Б. Эйхом. С помощью этого языка разработчики смогли создавать динамические веб-приложения, которые реагировали на действия пользователя без перезагрузки страницы. В 1996 году был создан первый стандарт языка – ECMAScript, который определил основные синтаксические и семантические правила. Со временем JavaScript развивался, появились следующие версии стандарта, такие как ECMAScript 5 и ECMAScript 6. Они добавили новые возможности разработчикам информационных продуктов, способствовали повышению производительности.

Использование разных языков программирования обусловило отличия веб-сайтов и веб-приложений. Ключевое различие между ними заключается в том, что пользователь не может менять контент (загружать фото, публиковать тексты, совершать покупки в интернет-магазинах, совершать операции с банковскими счетами и т.д.). Веб-приложение позволяет совершать различные динамические операции. Это связано с тем, что при создании этих продуктов используются разные языки веб-программирования. При разработке сайта используются такие языки, как HTML, CSS, JavaScript. Это базовые языки веб-программирования, используемые для создания простого сайта, с минимальными возможностями совершения интерактивных действий.

Для создания веб-приложения с широким спектром возможностей работы и взаимодействия с контентом, к вышеперечисленным языкам добавляются Java, Python, Ruby, PHP. Выбор языков зависит от функций и возможностей, которые разработчик хочет реализовать в конечном продукте.

При создании веб-приложений следует руководствоваться принципами, представленными в табл. 1.

Таблица 1 – Принципы создания веб-приложений

Принципы	Содержание
Интерактивность	пользователь имеет возможность работать с контентом веб-приложения
Кроссплатформенность	веб-приложение может функционировать на разных операционных системах (Windows, Linux, macOS) и платформах (мобильный телефон, персональный компьютер)
Безопасность	используется комплекс защитных мер для конфиденциальности данных пользователей веб-приложений и предотвращения угроз взлома.
Масштабируемость	обработка большого числа одновременных запросов пользователей без снижения производительности
Обновляемость	возможность внесения изменений и проведения обновлений на сервере, что обеспечивает доступ к новой версии приложения без дополнительных установок и загрузок

Современные компании стремятся к внедрению собственного веб-приложения, так как они обеспечивают клиентам более простой доступ к товарам и услугам компании, что положительно сказывается на росте продаж. Также веб-приложения обеспечивают обратную связь между клиентом и компанией. Это позволяет учитывать мнение пользователей, вносить коррективы в соответствии с их пожеланиями, что способствует формированию лояльности и росту клиентской базы. Таким образом, внедрение веб-приложений в деятельность компаний позволяют привлекать новых пользователей, дает возможность непрерывной и качественной работы с большим количеством пользователей одновременно, что способствует росту выручки и популярности компании.

В качестве подтверждения представим кейс внедрения веб-приложения компанией Pinterest [8]. Решение Pinterest разработать веб-приложение было связано с необходимостью обеспечения роста доли компании на международном рынке. Проанализировав количество пользователей мобильного приложения, они поняли, что из-за устаревшей технологии приложения и его некачественной работы, только 1% пользователей смогли зарегистрироваться, войти в систему или установить приложение. Необходимость повысить этот показатель, привело к решению инвестирования в разработку собственного веб-приложения. За 3 месяца Pinterest переработали старое приложение в веб-версию, используя библиотеки React, Redux и webpack. Это привело к положительной динамике в основных бизнес-показателях. Прирост ключевых показателей компании изображен на рис. 2.

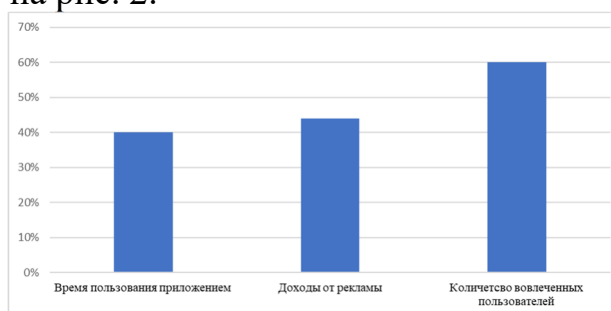


Рисунок 2 – Прирост показателей компании после внедрения веб-приложения за 2020 год [8]

Так же примером может послужить опыт отеля Best Western River North, который после того, как запустил новый сайт с поддержкой PWA, смог увеличить выручку на 300% [9].

Веб-приложения имеют широкую область применения. Рассмотрим варианты и примеры сегментов и отраслей, где распространены и популярны веб-приложения:

1. Социальные сети: используются людьми практически во всех сферах жизнедеятельности, от простого общения до выполнения рабочих задач. Примеры: Twitter, VK.

2. Сервисы потокового контента: обеспечивают возможность просмотра и получения доступа к контенту в реальном времени с минимальной задержкой. Примеры: Twitch, YouTube, Яндекс Музыка.

3. Банковские и финансовые платежные системы: позволяют совершать денежные операции, например, Сбербанк, Т-Банк, PayPal.

4. Игры: возможность играть в режиме онлайн одновременно с другими пользователями, например, Яндекс игры, Roblox.

5. Маркетплейсы: цифровые торговые площадки по продаже товаров и услуг, например, Ozon, Wildberries, Сбер Мега Маркет.

Рассмотрим статистические данные мирового рынка веб-приложений.

Таблица 2 – Показатели мирового рынка веб-приложений [10]

Показатели, ед. измерения	Значение
Объем рынка веб приложений 2023 году, млрд.\$	1,3
Прогнозируемый период	2024-2032 гг.
Темп роста, %	26
Прогноз объема рынка в 2032 году, млрд.\$	11,4

Размер рынка веб-приложений в 2023 году составил 1,3 млрд. долларов США. Прогнозируемый темп роста составит более 26% в год в период с 2024 по 2032 год. Компании стремятся к использованию веб-приложений, так как это повышает вовлеченность пользователей и снижает затраты на разработку нативных приложений. Рост пользователей мобильных устройств и достижения в области веб-технологий также способствуют внедрению веб-приложений.

Прогрессивные веб-приложения внедряют в свою деятельность не только крупные предприятия, но и сектор малого и среднего бизнеса. На сегмент крупных предприятий, которые в 2023 году внедрили прогрессивные веб-приложения, пришлось около 56% доли рынка, соответственно, доля малых и средних предприятий составила 44% (рис. 3).

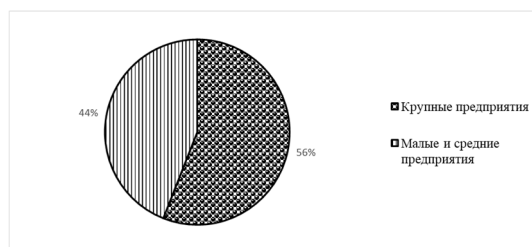


Рисунок 3 – Структура рынка разработчиков веб-приложений, %

Используя веб-приложения, эти организации повышают свою производительность за счет возможности кроссплатформенной совместимости, что позволяет сократить затраты на разработку и время, обеспечивая при этом единообразный, высококачественный пользовательский опыт на нескольких устройствах. Это способствует формированию лояльности клиентов и повышению эффективности деятельности компаний.

Проведенный анализ показал, что веб-приложения отличаются от сайтов, их создание стало возможным благодаря разработке языков программирования Java, Python и другим. Компании, которые помимо сайтов стали разрабатывать свои веб-приложения, смогли повысить эффективность своей деятельности, выраженную через ряд показателей – рост доходов от реализации рекламных мероприятий и увеличение числа потребителей через рост числа пользователей веб-приложений. Таким образом, была определена роль веб-приложений в развитии IT сферы, и повышении эффективности предприятий, внедряющих их в свою деятельность.

Список использованных источников:

1. Разработка веб-приложений в 2024 году – URL: <https://appmaster.io/ru/blog/razrabotka-veb-prilozhenii>
2. Международная финансовая статистика – URL: <https://data.imf.org/?sk=4c514d48-b6ba-49ed-8ab9-52b0c1a0179b&sid=1409151240976>
3. Гранкина, С. В. Омниканальность как направление развития российского ритейлера / С. В. Гранкина // Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 6(131). – С. 819-823.
4. Что такое веб-приложение и зачем оно нужно? – URL: <https://sibdev.pro/blog/articles/chto-takoe-veb-prilozhenie>
5. Веб-приложение – что это? – URL: https://aws.amazon.com/what-is/web-application/?nc1=h_ls
6. Разработка веб-приложений в 2024 году – URL: <https://appmaster.io/ru/blog/razrabotka-veb-prilozhenii>
7. История веб-программирования – URL: <https://sky.pro/wiki/html/istoriya-veb-programmirovaniya/>
8. Pinterest Web App - URL: <https://medium.com/dev-channel/a-pinterest-progressive-web-app-performance-case-study-3bd6ed2e6154>
9. Технологические тренды веб-разработки – URL: <https://habr.com/ru/articles/451572/>
10. Размер рынка прогрессивных веб-приложений - URL: <https://www.gminsights.com/industry-analysis/progressive-web-app-market>

© Синев Д.А., 2025

УДК 658

ПОВЕДЕНИЕ КЛИЕНТОВ СФЕРЫ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ С УЧЕТОМ ЭТНИЧЕСКИХ РАЗЛИЧИЙ

Сиянгулов А.М.

Научный руководитель Политова Р.В.

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

В современном глобализированном мире сфера оказания услуг играет значимую роль. От производственных альянсов до культурного обмена – международные связи растут экспоненциально. Организации стремятся улучшить свою деятельность на международном рынке, и понимание потребностей и запросов клиентов становится критически важным. И здесь этническая принадлежность выступает как один из ключевых факторов, влияющих на восприятие услуг и ожидания клиентов.

Не учитывать этнические различия в бизнесе – значит создавать себе проблемы. Это может привести к конфликтам внутри компании, замедлить ее развитие и упустить выгодные возможности. Уважение к культуре и традициям разных народов, умение адаптироваться к ним – это залог успеха и стабильности организаций на рынке оказания услуг.

Особенно важен языковой аспект. Если клиент не понимает речь представителя компании, это может негативно повлиять на его впечатление. Недопонимание, разочарование и, как следствие, потеря клиента – вот к чему может привести языковой барьер между клиентом и сотрудником.

Чтобы клиенты были довольны и возвращались снова, очень важно, чтобы они хорошо понимали, что им говорят. Поэтому руководителям компаний вряд ли стоит жалеть денег для обучения сотрудников местным языкам, или для найма переводчиков. Ведь понятное общение – это основа хорошего обслуживания. Также необходимо упрощать язык общения, избегать использования сленга и сложных терминов, а также визуализировать информацию, используя изображения и графики.

Культурные традиции и ценности оказывают большое влияние на ожидания клиентов от услуг. Уровень вежливости, форма обращения, стиль общения, соблюдение религиозных норм – все это может существенно варьироваться в зависимости от культурной принадлежности. То, что приемлемо и даже ожидаемо для представителей одной культуры, может быть воспринято как грубость или неуважение в другой среде [1]. Например, в странах северной Америки принято поддерживать зрительный контакт во время разговора, в то время как в Японии это может быть

воспринято как агрессия. В некоторых культурах приветствуется прямой и откровенный разговор, в то время как в других предпочтительнее более дипломатичный подход в коммуникации. Учет личного пространства, пунктуальности, жестикологии и других невербальных элементов общения также имеет важное значение для взаимодействия с клиентом [2].

Сотрудники организации для увеличения конкурентоспособности фирмы на рынке услуг проводят тщательные исследования культурных особенностей своей посетителя. Сотрудники компаний выявляют какие ценности для клиентов наиболее важны, какие нормы поведения приняты в их обществе, какие ожидания они предъявляют к сфере обслуживания. На основе этих знаний необходимо разрабатывать подходы к клиенту, адаптированные к каждой конкретной культурной группе [3].

Транснациональные корпорации (ТНК) играют важную роль в формировании мировой культуры. Они влияют на предпочтения, ценности и поведение клиентов с использованием рекламного информирования и распространения услуг по всему миру. Это приводит к унификации стандартов и ожиданий в сфере обслуживания. Клиенты из разных стран больше ориентируются на названия международных фирм и ожидают определенного уровня качества, удобства и доступности.

Сотрудникам транснациональных компаний нужно активно адаптироваться к местным условиям для посещения клиентов. Необходимы учет культурных различий клиентов страны, адаптация своих продуктов и услуг к местным требованиям, а также выстраивание взаимоотношений с клиентами на основе уважения и понимания.

Это создает конкурентную среду, в которой организации балансируют между глобальными стандартами и локальными потребностями. Для достижения успеха в этой сфере оказания услуг требуется гибкость, адаптивность и глубокое понимание культурных различий.

В глобализации ТНК играют важную роль в разных культурах. Сотрудники корпораций предоставляют услуги и способствуют культурному обмену, взаимопониманию и укреплению межкультурных связей.

Когда клиенты из разных стран взаимодействуют с сотрудниками организации, они получают возможность узнать больше о культуре друг друга. Они могут задавать вопросы, делиться своим опытом и узнавать о новых перспективах. Это способствует преодолению стереотипов о сложности взаимодействия членов разных культур, формированию более толерантного и уважительного отношения к клиентам другой культуры.

Сотрудники компаний, предоставляющие услуги, могут активно способствовать межкультурному диалогу, организуя мероприятия, посвященные различным культурам, предлагая языковые курсы и создавая платформы для обмена опытом. При этом работникам нужно повышать

лояльность клиентов и укреплять репутацию организации как социально ответственного игрока на рынке.

Учет этнических подходов и национальных традиций является ключевым фактором успеха для организаций, работающих на международном рынке. Требуется глубокое понимание культурных особенностей целевых аудиторий, гибкость в подходах к обслуживанию и уважение к ценностям и традициям других культур.

Рассмотрим примеры практического применения принципов учета этнических особенностей.

Ресторанный бизнес – предоставление меню на нескольких языках, учитывать религиозные ограничения в еде (халяль, кошерное меню), предлагать отдельные залы для проведения мероприятий с учетом культурных традиций.

При оказании туристических, финансовых и медицинских услуг сотрудники ориентируются на учет культурных особенностей посетителей и возможности общения на понятном им языке. Однако во многих странах мира условием проживания на территории страны требуется знать, писать и свободно говорить на государственном языке

В итоге, в стремящихся к успеху в глобализированном мире компаниях учитывают культурные особенности и адаптируют свои обслуживание к каждой конкретной культурной группе. Наличие инвестиций в обучение персонала, проведение исследований культурных особенностей, разработку адаптивных продуктов и услуг, а также создание атмосферы уважения и взаимопонимания могут повысить лояльность клиентов, и внести свой вклад в укрепление межкультурных связей и создание более толерантного и уважительного общества.

Список использованных источников:

1. Межуев В.М., Константинов А.В. Новоевропейская идея культура. – URL: <https://bigenc.ru/c/kul-tura-26efdd?ysclid=m8482t545t333545031> (Дата обращения 18.03.2025)

2. Сельникова Е.В. Отношение ко времени в разных культурах. – URL: http://b17-ru.turbopages.org/b17.ru/s/article/time_culture/ (Дата обращения 18.03. 2025)

3. Корельская М. Особенности невербального общения в разных странах. – URL: <https://orator.biz/library/oratorical/osobennosti-neverbalnogo-obshcheniy-a-v-raznykh-stranakh/?ysclid=m84if7bbi3761056159> (Дата обращения 18.03. 2025)

© Сиянгулов А.М., 2025

УДК 339

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: ТОРГОВЛЯ, ПРОИЗВОДСТВО, РЫНКИ

Скворцов И.И., Огурцова Н.С.

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

Цифровизация становится основополагающей тенденцией развития мировой экономики, меняя ее структуру и переводя ее в новое качественное состояние, когда цифровые технологии доминируют во всех сферах экономики и общественной жизни. Экономический рост во все большей степени базируется на технологиях и знаниях, делая их главной производительной силой. Таким образом, цифровая экономика и ее достижения в перспективу станут ключевым источником обеспечения благосостояния субъектов мирового хозяйства. Например, в биотехнологиях и медицине цифровые технологии способствуют качественному улучшению здоровья, а в телекоммуникационной сфере ведут к развитию социальной сферы и образования, в экономике обеспечивают более эффективное энергопотребление. Важно и то, что цифровые технологии могут использоваться, в том числе наименее социально-защищенными группами.

Мировой рынок электронной торговли товарами и услугами развивается стремительными темпами, привлекая все большее число потребителей и, как следствие, представителей корпоративного сектора. Пандемия новой коронавирусной инфекции (COVID-19) и принимаемые в 2019-2021 гг. большинством стран мира меры, направленные на сдерживание и снижение скорости распространения данной инфекции, только ускорили развитие рынка электронной коммерции.

На теоретическом уровне обосновано, что цифровая трансформация мировой экономики представляет собой очередной этап глобализации, а характерной его особенностью является стремление к преодолению ограничений экономической экспансии со стороны индустриально развитых стран в контексте существующего технологического уклада. Доказано, что усиление цифрового неравенства создает риски для дальнейшей концентрации преимуществ цифровой трансформации в странах-лидерах. Обосновано положение о ведущей роли крупнейших ИТ-транснациональных компаний в процессе формирования цифровой инфраструктуры, возникновения новых рынков и ниш, трансформации функции технологии из вспомогательной в определяющую [2].

Доказано, что к основным проявлениям цифровой трансформации в реальном и финансовом секторах мировой экономики относятся

следующие: изменения в бизнес-моделях компаний (поставщик, модульный производитель, драйвер экосистемы, омниканальность), скорость вывода новых цифровых продуктов на рынок, формирование новых цифровых цепочек добавленной стоимости; развитие цифрового предпринимательства, масштабный рост предоставления электронных услуг населению, роботизация производственных процессов, создание новых рабочих мест для высококвалифицированных работников, обладающих цифровыми компетенциями, ускоренный переход к цифровым технологиям в несмежных друг с другом сферах (например, промышленное производство и здравоохранение), финтех, появление цифровых банков, развитие цифровых технологий защиты информации и противодействия киберпреступности [2].

Ключевыми характеристиками цифровой экономики являются: а) повсеместное применение ИКТ; б) преобладание нематериальных активов; в) персонализация производства и потребления; г) сетевые формы взаимодействия экономических агентов; д) высокая роль данных как фактора производства; е) переход от традиционных бизнес-моделей к платформенным решениям.

Развитие цифровых технологий, таких как искусственный интеллект, интернет вещей, большие данные, блокчейн и другие, существенно меняет принципы функционирования экономических систем на микро- и макроуровне, создает новые сектора и рынки, трансформирует традиционные отрасли. Все это требует адаптации государственной экономической политики к новым реалиям [1].

Цифровизация выступает одним из главных факторов трансформации мировой экономики в XXI веке. По оценкам экспертов, уже к 2026 году до 25% мирового ВВП может быть создано в цифровом секторе. Цифровые технологии способствуют повышению производительности труда, снижению транзакционных издержек, ускорению экономического роста. Наряду с этим, цифровизация несет новые риски и проблемы - углубление «цифрового разрыва» между странами, рост технологической безработицы, киберугрозы, необходимость перестройки систем образования и др. [3].

Под влиянием цифровизации меняется структура и география мировых экономических связей. Активно развивается трансграничная электронная торговля, формируются глобальные цифровые платформы и экосистемы, растут объемы торговли ИКТ-услугами и продуктами интеллектуальной собственности. В международное разделение труда активно включаются развивающиеся страны, специализирующиеся на оказании цифровых услуг. Цифровые технологии открывают новые возможности для МСП по выходу на глобальные рынки. Цифровизация существенно влияет на глобальные производственные цепочки и сети добавленной стоимости. С одной стороны, ИКТ позволяют эффективнее

координировать и контролировать распределенные производственные процессы. С другой стороны, внедрение передовых цифровых решений (промышленный интернет вещей, 3D-печать и др.) делает возможным решоринг производства в развитых странах.

Цифровая трансформация коренным образом меняет все аспекты жизни общества и бизнеса, в том числе внешнеэкономическую деятельность. Новые цифровые технологии открывают возможности для расширения международного сотрудничества, выхода компаний на глобальные рынки, повышения эффективности и прозрачности внешнеторговых операций. Вместе с тем, цифровизация несет и новые риски - растущую конкуренцию, киберугрозы, проблемы адаптации нормативно-правовой базы [2].

Несмотря на заметный прогресс последних лет, уровень цифровизации российской экономики пока отстает от ведущих стран мира. Для получения максимальных выгод от цифровой трансформации необходимы активные усилия государства и бизнеса по развитию ИКТ-инфраструктуры, стимулированию внедрения цифровых решений во все отрасли, формированию благоприятной регуляторной среды, наращиванию кадрового потенциала.

Стратегическим приоритетом должно стать повышение роли России в формирующейся системе глобального цифрового регулирования и стандартизации. Необходимо активно продвигать свои интересы и подходы на международных площадках, развивать взаимовыгодное цифровое партнерство на двустороннем и многостороннем уровнях. Особенно важно расширять сотрудничество в рамках ЕАЭС и других интеграционных объединений с участием России [2].

Продуманная политика в области цифровой трансформации позволит существенно укрепить позиции России в мировой экономике, повысить конкурентоспособность отечественных компаний, реализовать транзитный и инновационный потенциал страны. Россия обладает серьезными компетенциями в ряде ключевых цифровых технологий и вполне способна стать одним из лидеров нового технологического уклада.

Тем самым можно утверждать, что цифровая трансформация мировой экономики является необратимым и всеобъемлющим процессом, который затрагивает все аспекты экономической деятельности на микро- и макроуровнях. Внедрение информационно-коммуникационных технологий способствует формированию новых бизнес-моделей, трансформации производственных процессов и созданию глобальных цифровых платформ. Эти процессы открывают широкие возможности для роста эффективности, доступа к новым рынкам и ускорения инновационного развития. Однако, вместе с новыми возможностями, цифровизация предъявляет серьезные вызовы, связанные с необходимостью перестройки нормативно-правовой базы, обеспечением кибербезопасности и управлением «цифровым

разрывом» [5]. Кибербезопасности государства-партнеры должны уделять самое пристальное внимание, но также важным аспектом является подготовка кадров, способных работать в условиях новой цифровой экономики.

Для России, как и для других стран, цифровая трансформация открывает перспективы для укрепления международного сотрудничества, интеграции в мировую экономику и реализации транзитного потенциала. Становление России в качестве активного участника и создателя глобальных цифровых стандартов и регуляторной среды позволит стране занять достойное место в мировом экономическом порядке новой эпохи. Таким образом, успех внешнеэкономической стратегии России во многом будет зависеть от эффективности реализации политики в области цифровой экономики, способности адаптироваться к меняющимся условиям, а также от способности вести активный диалог и строить партнерские отношения на международной арене.

Список использованных источников:

1. Смирнов Е.Н. Цифровая трансформация мировой экономики: торговля, производство, рынки. Монография – М.: Мир науки, 2022.
2. Казаченок О. П., Степанова И. А. Правовые последствия влияния экономических санкций на исполнение внешнеэкономических контрактов // Legal Concept = Правовая парадигма. – 2022. – Т. 21, № 4. – С. 77–82. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lc.jvolsu.2022.4.10>
3. Стародубцева Е.Б., Маркова О.М. Цифровая трансформация мировой экономики // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2018. №2.

© Скворцов И.И., Огурцова Н.С., 2025

УДК 658.8

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ПОДХОДА МЕТАВСЕЛЕННОЙ В МАРКЕТИНГЕ ДЛЯ РАСШИРЕНИЯ БИЗНЕС-ВОЗМОЖНОСТЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Скоробогатова А.М.

Научный руководитель Пурыскина В.А.

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

Метавселенная не имеет до сих пор полноценного и научно признанного определения и означает цифровое пространство, в котором пользователи могут взаимодействовать в реальном времени через аватары, используя технологии виртуальной и дополненной реальности. По сути, она образует своего рода социальные сети, в которых человек

является полноценным участником, при этом не испытывая никаких физических ограничений.

Метавселенная представляет собой виртуальное пространство, которое объединяет элементы дополненной реальности (AR), виртуальной реальности (VR) и других цифровых технологий в единое интерактивное окружение. Виды метавселенных можно разделить на несколько категорий, в зависимости от их функциональности, масштабируемости и степени интерактивности [1].

Внедрение данного подхода в маркетинговые стратегии открывает новые возможности и преимущества, путем создания узнаваемости и привлекательности бренда для клиента. Как правило, виртуальная среда позволяет компаниям создавать интерактивный и захватывающий контент. Стоит отметить, что организация персонализированных маркетинговых кампаний вместе с выпуском инновационных продуктов и услуг, адаптированных под конкретные интересы и предпочтения каждого клиента, способствует взаимодействию с аудиторией и повышает маркетинговые усилия.

Еще несколько десятилетий назад компании были ограничены традиционными каналами коммуникации: телевидением, радио, печатной прессой. Сегодня же digital-среда предоставляет невероятные возможности для прямого взаимодействия с целевой аудиторией, персонализации предложений и анализа эффективности маркетинговых кампаний.

Для начала рассмотрим две базовые интеграции стратегий маркетинга в метавселенной: клиентский опыт и реклама в метавселенной.

Главной проблемой клиентского опыта являются сомнения относительно замены виртуального опыта на реальный, в силу биологических и физических ограничений человеческого восприятия. Для реализации стратегий метавселенной необходимо уделять внимание доверию клиентов, так как пользователи ожидают надежной защиты и конфиденциальности, включающую защиту данных клиента и прозрачность в использовании и обработке данных.

Реклама в метавселенной – это инструмент для привлечения внимания к продукту или услуге. Почему же это может быть привлекательным в контексте метавселенной? Ответ прост: виртуальные сценарии и гибкость пространства, в эпоху нативной рекламы агрессивные продажи уходят на второй план. Например, компании могут использовать расширенную реальность (AR) или смешанную реальность (MR), чтобы встроить рекламные элементы в окружающее пространство пользователей.

Рассмотрим самые крупные метавселенные на 2024 год.

1. Meta (бывший Facebook) Horizon Worlds. (признана в России экстремистской организацией; деятельность на территории РФ запрещена). Это, пожалуй, самая известная и крупная метавселенная, возникшая одной

из первых. В декабре 2021 года Марк Цукерберг объявил о запуске проекта под названием Horizon Worlds.

2. Microsoft Mesh. Вслед за Facebook Microsoft запустила свою платформу дополненной реальности, которая интегрируется с другими продуктами компании, например, Microsoft Teams.

3. Roblox. Одна из самых популярных игровых платформ среди молодежи, которую ежедневно посещает 60 млн. пользователей со всего мира. Метавселенная предоставляет пользователям возможность создавать свои собственные игры и виртуальные миры, а также исследовать чужие.

4. Nvidia Omniverse. Известная своими высококачественными видеокартами компания Nvidia также запустила собственную метавселенную. Платформа Omniverse позволяет проектировать виртуальные миры, создавать 3D-модели, разрабатывать ИИ и визуализировать решения с высокой скоростью [2].

В России же сформировался локальный рынок метавселенных, активно использующий иностранные платформы. Основными участниками являются игровые проекты, такие как Roblox или Fortnite.

Выделим основные преимущества метавселенных: уникальный опыт; образование и обучение; эффективность электронной коммерции; геймификация и вовлеченность; новый формат корпоративной культуры.

Согласно данным Statista мировой рынок метавселенных в период с 2025 года по 2030 год вырастет в 5 раз при среднем темпе роста (CAGR) 37,43% в год. Виртуальные миры становятся неотъемлемой частью цифровой экономики, а наибольший рост прогнозируется в сегменте игровых платформ. Также ожидается, что российский рынок метавселенных будет ежегодно расти в среднем на 41,1%.

Компании уже широко используют метавселенные для продвижения, создавая цифровые товары и интерактивные пространства. Например, Burger King Russia запустил симулятор работника фастфуда, который собрал 3,7 млн. посещений, а «Rutube Детям» создал зимний парк с 1,4 млн. пользователей [3].

К. Наббен выделяет два подхода взаимодействия метавселенной и бизнеса. Согласно первому, крупные корпорации самостоятельно определяют поведение людей, создавая частные виртуальные миры, в которых ценность извлекается из пользователей как потребителей. Другой подход предполагает наличие децентрализованной технологической архитектуры (например, на базе технологий блокчейн), в которой создаются собственные миры, а распределенные сообщества коллективно владеют и управляют активами в цифровых мирах (публичные виртуальные миры). В этом контексте Д. Видаль-Томас отмечает, что, если ИТ-гиганты создадут свои частные виртуальные миры с работающей виртуальной экономикой, которая может быть основана на фиатных валютах и традиционной торговле, конкурировать с ними будет очень

сложно. В любом случае, принимая во внимание тот факт, что люди все больше времени проводят в виртуальной среде, крайне важно понимать, кто будет ее создавать и контролировать. В этой связи Ж.Ф. Вернь справедливо выносит на первый план в такой среде вопросы доверия [4].

Исходя из перспектив развития метавселенной, рассмотрим, какие области и вопросы она уже затрагивает.

Автомобильный сектор – виртуальное планирование заводов. Уже сегодня BMW, пользуется метавселенной Nvidia, предоставляя возможности для совместной работы инженеров, находящихся в разных часовых поясах.

Спортивный ритейл. Nike создала платформу Nikeland, где пользователи могут посещать спортивные площадки, стадионы. Adidas совместно с игроками рынка NFT продает эксклюзивную спортивную одежду в онлайн-играх.

Образование. Invact Metaversity, платформа, которая предлагает качественное образование. Студенты могут воспользоваться иммерсивными сценариями для приобретения практических знаний и умений в удаленном формате [5].

Недвижимость – возможность детальных осмотров объектов.

Галереи – художники и коллекционеры создают выставки, где любой желающий может приобрести предмет NFT – искусства.

Можно сказать, что компаниям в ближайшее время придется изменить свои маркетинговые стратегии, поскольку традиционные формы маркетинга будут уходить на второй план. В данный момент проходит этап разделения компаний на два фронта – активные пользователи метавселенных и игроки, которые опасаются инвестировать в цифровую трансформацию из-за высоких издержек внедрения новых технологий в терминах финансового, интеллектуального и человеческого капитала. Изменение правовых, кадровых и этических аспектов ведения бизнеса и технологические возможности предприятия способствуют распространению метавселенных, но одновременно с этим могут вызвать его повсеместное торможение.

Развитие метавселенных масштабирует и технологическую часть. Ведь для их использования понадобится повсеместный высокоскоростной интернет, мощные сервера и хранилища данных. Повысится спрос на такие профессии как 3D-художники, дизайнеры и аниматоры, которые смогут визуализировать метавселенную. Можно с уверенностью сказать, что технологическое развитие приближает третью версию интернета Web 3, которая будет включать в себя децентрализованные сети на основе блокчейна, криптовалюты, а также виртуальную, дополненную и смешанную реальности и метавселенную.

Список использованных источников:

1. Кузьмина А. С. Метавселенная как образовательная платформа: потенциал применения в технологическом образовании // Молодой ученый. – 2025. – № 4 (555). – С. 252-255.
2. Метавселенные в России: какие компании ими пользуются и зачем // АНО «Центр компетенций по глобальной ИТ-кооперации». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cgitc.ru/media/metavselennye-v-rossii-kakie-kompanii-imi-polzuyutsya-i-zachem/> Дата обращения: 28.04.2025г.
3. Метавселенные и экономика впечатлений: новое исследование Школы Сколково // Московская школа управления СКОЛКОВО. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.skolkovo.ru/news/metavselennye-i-ekonomika-vpechatlenij-novoe-issledovanie-shkoly-skolkovo/> Дата обращения: 28.04.2025г.
4. Юхно А. С. Понятие, особенности и перспективы развития концепции метавселенной // Мир новой экономики. – 2022. – Том 16. № 4. – С. 6-19.
5. Шину Виг Метавселенная – новая парадигма бизнеса // Форсайт. – 2023. – № 17(3). – С. 6–18. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metavselennaya-novaya-paradigma-biznesa> Дата обращения: 28.04.2025г.

© Скоробогатова А.М., 2025

УДК 330

АНАЛИЗ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ ГОРНОДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Капсомун А.В., Луговая А.С., Скоробогатова А.М.

Научный руководитель Андросова И.В.

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

Улучшение политики в управлении оборотными средствами компании является одним из важнейших факторов для повышения эффективности работы всех механизмов на предприятии в условиях неустойчивой рыночной экономики.

Как известно, получение прибыли является главной целью создания и развития коммерческой организации, это возможно за счет повышения ее рентабельности. Для достижения данной цели важно совершенствовать внутренние процессы, особенно управление оборотными средствами.

Неэффективное управление оборотными средствами влечёт за собой ограниченность в них, из-за чего замедляется оборачиваемость, снижается

ликвидность и платёжеспособность, сокращается прибыль. Всё это создаёт угрозу финансовой устойчивости предприятия.

Являясь предметами труда, оборотные средства организации находятся в постоянном движении. Одним из условий непрерывности производства является постоянное возобновление его материальной основы – средств производства. В свою очередь, это предопределяет непрерывность движения самих средств производства, происходящего в виде их кругооборота. Являясь наиболее мобильной частью средств производства – предметами труда, оборотные средства в своем обороте последовательно принимают денежную, производственную и товарную форму [1, 2].

К «оборотным активам» относят имущество, приобретенное за счет размещения оборотного капитала, т.е. это и есть материально-вещественная форма оборотного капитала, в составе которой можно выделить оборотные средства и учетные оборотные активы [3].

Горная промышленность представляет собой широкий сегмент экономики, включающий около 6 тыс. компаний и 2,5 млн. занятых по всему миру, а также неформальный компонент, известный как традиционный и малый горный бизнес, охватывающий около 15-25 млн. чел. Отрасль затрагивает интересы многих акторов, включая государство (которое в роли регулятора играет ключевую роль, позволяющую добывающим компаниям максимизировать их вклад в экономику), инвесторов, подрядчиков и поставщиков, сервисные компании, коренное население и их организации, население, затронутое разработками, профсоюзы, исследовательские организации и потребителей [4].

Для анализа оборотного капитала на основе предоставленных данных были рассмотрены основные элементы оборотных активов и их динамику за три года компании ПАО «Норникель». Основными элементами оборотного капитала являются запасы, дебиторская задолженность, денежные средства и их эквиваленты, а также прочие оборотные активы.

Запасы компании увеличиваются в течение последних трех лет, что может свидетельствовать о росте объемов производства или накоплении сырья. Происходит существенное снижение дебиторской задолженности, что может говорить об улучшении управления кредитной политикой или сокращении сроков погашения задолженности. Снижение денежных средств в 2022 году может быть связано с увеличением инвестиций или выплат, а увеличение может свидетельствовать о росте налоговых обязательств или изменении налоговой политики. Оборотный капитал в абсолютном выражении снижается, что может быть связано с уменьшением дебиторской задолженности и денежных средств. Это требует внимания к управлению ликвидностью.

Оборотные активы ПАО «Норникель» за 2024 год включают несколько ключевых компонентов, каждый из которых играет важную роль в финансово-хозяйственной деятельности компании. Основными элементами являются запасы, дебиторская задолженность, авансы выданные и расходы будущих периодов, прочие финансовые активы, авансовые платежи по налогу на прибыль, прочие налоги к возмещению, денежные средства и их эквиваленты, а также прочие оборотные активы. Структура оборотных активов представлена на рис. 1.



Рисунок 1 – Структура оборотного капитала ПАО «Норникель» за 2024г.

Анализ соотношения внеоборотных и оборотных активов показал, что оборотные активы составляют 48% от внеоборотных активов. Это говорит о том, что компания имеет значительную долю долгосрочных активов, что характерно для капиталоемких отраслей, таких как горнодобывающая. За 2023 год соотношение снизилось до 0.45, что указывает на увеличение доли внеоборотных активов. Это может быть связано с инвестициями в основные средства (например, в оборудование или инфраструктуру). За 2024 год соотношение продолжает снижаться, что свидетельствует о дальнейшем увеличении доли внеоборотных активов. Это может быть связано с продолжением инвестиционной деятельности компании. Для горнодобывающей отрасли характерно высокое соотношение внеоборотных активов к оборотным, так как компании в этой отрасли требуют значительных инвестиций в основные средства (оборудование, инфраструктура, месторождения). Среднее соотношение для отрасли обычно находится в диапазоне 0.3-0.5.

Запасы, включающие сырье, незавершенное производство и готовую продукцию, составляют значительную часть активов и требуют особого внимания к управлению, поскольку их избыток увеличивает затраты на хранение, а недостаток может привести к сбоям в производственном процессе. Дебиторская задолженность отражает сумму неоплаченных поставок, и ее снижение в последние годы свидетельствует об ужесточении кредитной политики компании. Авансы выданные и расходы будущих периодов показывают предоплаты поставщикам, что требует контроля за сроками исполнения договоров. Прочие финансовые активы могут включать краткосрочные инвестиции, анализ которых важен для понимания доходности и рисков. Авансовые платежи по налогу на

прибыль указывают на значительную налоговую нагрузку, в то время как налоги к возмещению могут свидетельствовать о переплатах или использовании льгот. Денежные средства и их эквиваленты должны поддерживаться на уровне 10-15% от оборотных активов, поскольку их недостаток создает риск кассовых разрывов, а избыток говорит о неэффективном использовании капитала. Прочие оборотные активы, включающие НДС по приобретенным ценностям и другие переходящие остатки, также требуют внимания при анализе финансового состояния компании.

Таким образом, в исследовании были выявлены основные особенности в управлении оборотным капиталом предприятия. Во-первых, в структуре оборотных активов преобладают запасы. Во-вторых, сумма внеоборотных активов превышает в два раза сумму оборотных активов, что характерно для капиталоемких отраслей. В целом, структура оборотных активов компании «Норникель» отражает специфику горнодобывающей отрасли и требует постоянного мониторинга для поддержания финансовой устойчивости.

Список использованных источников

1. Мурашкина Л. В. Экономика горного производства // Учебное пособие – 2017 г. - 161 С.

2. Анализ оборотного капитала предприятий химической отрасли / А. В. Навражных, О. А. Тихонова, И. В. Андросова, Н. М. Квач // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2023) : сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, Москва, 25 мая 2023 года / Том Часть 3. – Москва: ФГБОУ ВО "Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)", 2023. – С. 240-244.

3. Уткин, М.С. Оборотный капитал: понятие, сущность, источники формирования в современной экономике / М.С. Уткин // Вестник УрФУ. Сер. Экономика и управление. - 2024. - Т. 19, № 3. - С. 45-56.

4. Кондратьев, В.Б. Роль горной промышленности в экономике / В.Б. Кондратьев // Мировая экономика и междунар. отношения. – 2024. – Т. 68, № 5. – С. 34-48.

© Капсомун А.В., Луговая А.С., Скоробогатова А.М., 2025

УДК 33.025.12

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ МЕХАНИЗМЫ, ФОРМИРУЮЩИЕ ФИНАНСОВУЮ ГРАМОТНОСТЬ У ГРАЖДАН КНР

Смердова С.Е.

Научный руководитель Ксенофонтова С.Б.

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

Формирование финансовой грамотности – довольно длительный процесс, включающий в себя освоение различных навыков работы с финансами и финансовыми инструментами. Такие навыки человек, как правило, приобретает в течение всей жизни, это может быть и чтение различной литературы по теме, и намеренное изучение новых финансовых продуктов, и различные виды обучения основам финансовой грамотности в школе, ВУЗе или где-либо еще. В настоящее время, в силу быстрых изменений и внедрения современных технологий в экономическую сферу нашей жизни, правительства продвинутых стран ставят перед собой задачу повысить уровень финансовой грамотности населения с помощью различных технологий и механизмов.

Китайская Народная Республика, как лидер по производству товаров и оказанию услуг, очень остро нуждается в финансово грамотном населении, которое уже насчитывает примерно 1,4 млрд. человек. Всемирный кризис 2008 года, затронувший в том числе и Китай, показал, что недостаточная осведомленность граждан в сфере экономики значительно снижает уровень жизни населения и ограничивает экономическое процветание целой страны. В связи с этим, у китайского правительства и по сей день стоит сложная задача: создание различных механизмов, способных сформировать финансовую грамотность у населения.

Для граждан РФ нередко оказывается новостью то, что в Китае нет таких мер социальной поддержки, как в России. Бесплатная медицина, бюджетное образование, государственные пенсии – все это отсутствует у граждан КНР, из-за чего, согласно различным опросам, около 44% китайцев начинают копить деньги на старость в возрасте от 18 до 44 лет. В связи с этим, многие китайцы стараются откладывать не меньше половины своего дохода. Опрос, проведенный газетой «China Youth Daily» среди китайской молодежи, показывает, что комфортной суммой для безбедной старости принято считать примерно 236 тыс. долларов. Вопросы финансового обеспечения пенсионеров в Китае стоят очень остро, так как по прогнозам экспертов уже к 2026 году более 14% населения будут

составлять люди в возрасте 65 лет и старше, а это примерно 206 млн. человек [1].

Важно отметить, что инвестиции в Китае – действительно выгодная отрасль, из-за чего около 20% своего заработка китайцы предпочитают вкладывать именно в нее [2]. Пока молодежь стремится инвестировать в криптовалюту, старшее поколение скупает золото. Помимо того, что оно является символом статуса, оно почти не обесценивается, а значит его можно быстро и выгодно продать. Если брать более современные подходы к инвестициям, около 650 млн. китайцев используют для инвестирования приложением Yu'e Bao – эта платформа позволяет пользователям инвестировать небольшие суммы в низкорисковые активы через приложение Alipay. Средства автоматически конвертируются в доли фонда, который управляется компанией Tianhong Asset Management. На выходе клиент получает годовую доходность в районе 2-4% годовых. В менее прогрессивных регионах КНР популярны необычные «фонды взаимопомощи». В деревнях, где доступ к крупным банкам ограничен, это является отличным способом собрать крупную сумму денег. Участники этих организаций ежемесячно вносят деньги, а потом по очереди забирают всю сумму. Стоит отметить, что система действительно работает и помогает не только сельским жителям: во время ковидных ограничений большая часть малого бизнеса в Китае была спасена именно благодаря этим фондам. Государство, в свою очередь, активно занимается привлечением иностранных инвестиций, а также упрощает административный контроль за иностранными инвесторами, повышает прозрачность нормативно-правового регулирования и уравнивает права иностранных и китайских инвесторов, что положительно сказывается на инвестиционном климате. Ярким примером иностранного инвестора является фармацевтический гигант Merck, основанный в Германии еще в 1668 году. Помимо медико-биологической продукции, он также занимается производством различных высокотехнологичных материалов, обещая инвестировать в Китай более \$150 млн. к концу этого года. Что касается самих китайцев, самые богатые из них остаются достаточно консервативными, предпочитая инвестировать в элитную недвижимость внутри страны, а также за ее пределами. Между тем, как заявляют эксперты CNBC, другие классы активов, такие как более широкий рынок недвижимости и акции, котирующиеся на биржах Китая, не так популярны среди сверхбогатых граждан [3].

Формирование навыков финансовой грамотности также затрагивает образовательные учреждения. В Китайских школах и ВУЗах с 2015 года активно внедряются уроки финансовой грамотности [4]. Программа была подготовлена совместно министерством образования и министерством финансов Китая. Ее целью является распространение информации среди школьников и студентов о возможности получения образовательных ссуд,

а также помощь тем студентам, у которых есть трудности с выплатой образовательных кредитов. Помимо этого, на базе Пекинского университета было создано учебное заведение, объединяющее в себе функции национально-исследовательского центра в области экономики и финансов, а также образовательного центра, занимающегося разработкой программ по повышению финансовой грамотности населения. Это позволяет данному учебному заведению вести свои курсы повышения финансовой культуры населения в соответствии с глобальными тенденциями в этой области, а также основными социально-экономическими целями страны [5]. Положительный результат 10-летнего развития финансовой грамотности среди студентов разных возрастов уже сейчас наблюдается в результатах различных опросов: около 89% граждан признают важность финансового образования, а 67,2% из них считают, что наиболее эффективным способом целенаправленного финансового образования является именно школьная программа [1].

В целом, мы можем говорить о положительной динамике в развитии финансовой грамотности населения Китайцев, а следовательно, и отметить эффективность работы государственных механизмов. Благодаря довольно суровой политике, связанной с финансовой поддержкой населения, граждане КНР склонны активно копить и инвестировать, а благодаря знаниям, приобретенным еще в школе, подростки выходят во взрослую жизнь с четким пониманием, как и где лучше работают деньги.

Список использованных источников:

1. Новостной портал СИНЬХУА Новости // <https://russian.news.cn/>
2. Шибаев С.Р., Шадрин Ю.А. // Зарубежный опыт повышения финансовой грамотности населения – 2015 г.
3. Левченко Т.А. // Инвестиционная политика Китая: Основные особенности и приоритеты – 2023 г.
4. Су Чжэньтао // Особенности формирования финансовой грамотности населения КНР – 2022 г.
5. Сявэй Тан, Сяопин Ли, Чжиненг Ху, Юнжэ Ниу, Цяньвэй Ин, И Лу, Цзюпин Сюй // Is It Necessary to Launch a School-Based Financial Literacy Curriculum? Evidence From China (Нужно ли внедрять в школах программу по финансовой грамотности? Опыт Китая) – 2022 г.

© Смердова С.Е., 2025

УДК 338.462

ВЛИЯНИЕ НА ИЗМЕНЕНИЕ ВНУТРЕННИХ ХАРАКТЕРИСТИК И ПОВЕДЕНИЕ КЛИЕНТОВ ОРГАНИЗАЦИИ ПО ОКАЗАНИЮ УСЛУГ

Смирнова Д.М.

Научный руководитель Политова Р.В.

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

Поведение клиентов является сложным и многогранным процессом, формирующимся под влиянием множества факторов, которые воздействуют на восприятие качества услуги, уровень удовлетворенности и лояльность клиентов. В современном мире понимание клиентского поведения выходит за рамки анализа внешних факторов, таких как доход, реклама и социальное окружение. Наиболее важную роль отводят внутренним, когнитивным и эмоциональным факторам, определяющим предпочтения и решения клиентов. Разберем ключевые внутренние факторы, оказывающие большое воздействие на поведение клиентов: восприятие, обучение, мотивацию и жизненный стиль.

Восприятие – это психофизиологический процесс, позволяющий индивиду получать, обрабатывать и интерпретировать сигналы из внешней среды, создавая образы предметов и явлений. Такой процесс носит субъективный характер, потому что каждый человек воспринимает реальность исходя из своего жизненного опыта, индивидуальных особенностей и культурных норм [1].

Процесс восприятия и обработки информации для принятия решения клиентом состоит из четырех основных этапов.

Контакт. Это ситуация, когда клиент подвергается воздействию стимула, который потенциально может воздействовать на его органы чувств, например, покупатель видит интересующую его позицию в магазине или слышит рекламное объявление.

Концентрация. Направление познавательных ресурсов на конкретный раздражитель. На внимание влияют различные факторы: стимульные (размер, интенсивность, цвет), индивидуальные (интерес, потребности) и ситуационные (ограниченное время).

Понимание. Процесс осмысления и анализа полученной информации. На этом этапе происходит оценка стимулов клиента, их сравнение с предыдущими знаниями и опытом. Интерпретация стимулов во многом определяется культурными нормами, личностными установками и эмоциональным состоянием человека.

Узнавание происходит, когда клиент определяет раздражитель как знакомый, сравнивая его с сохраненными в памяти представлениями. Память делится на три типа: сенсорную, кратковременную и долговременную. Сигналы сенсорных стимулов остаются в сенсорной памяти лишь на мгновение, исчезая практически сразу после прекращения воздействия раздражителя. Если информация признается важной, она передается дальше в кратковременную память. Кратковременная память содержит данные на короткий промежуток времени (до нескольких минут). Здесь информация подвергается обработке и оценке на предмет важности для дальнейшего сохранения. Долговременная память является хранилищем для информации, сохраняемой надолго. Ее вместимость практически безгранична, охватывая как объективные данные, так и субъективные переживания.

Решение клиента воспользоваться услугой в большей степени определяется тем, как он её воспринимает, а не её реальными качествами. Успешные рекламные кампании формируют позитивное восприятие, стимулируя спрос, а негативное восприятие, напротив, отбивает желание воспользоваться услугой.

Обучение клиента начинается с восприятия информации, которое, в свою очередь, влияет на формирование его убеждений, предпочтений и ценностей. Именно эти убеждения лежат в основе многих решений, принимаемых клиентом, в том числе при выборе услуг.

В исследовании обучения существуют два основных приема – информационно-познавательный и поведенческо-ориентированный.

Информационно-познавательный прием. Сотрудники компании, применяющие этот метод, стремятся влиять на выбор клиента, предоставляя ему необходимую информацию для осознанного решения. Они структурируют информацию и используют убедительные аргументы, чтобы направить процесс принятия решения в желаемом направлении.

Поведенческо-ориентированный прием. Этот подход к познанию основан на установлении связей между внешними воздействиями и ответными действиями. Компании, использующие эту стратегию, делают акцент на презентации достоинств своих предложений, выделяя их отличительные особенности и преимущества для клиента.

Мотивация – движущая сила, активирующая поведение клиента и задающая цель и направление этого поведения. Испытывая состояние мотивации, покупатели начинают целенаправленно искать пути для удовлетворения своих нужд и желаний [2].

В рамках целенаправленного поведения клиенты обычно выполняют следующие шаги.

Накопление сведений. Прежде чем сделать выбор, клиенты тщательно изучают информацию об услугах, используя различные

источники: от отзывов и статей до видеоматериалов и консультаций экспертов.

Социальное взаимодействие. Важным источником информации служат советы и рекомендации знакомых, друзей и коллег. Общение с теми, кто уже воспользовался услугой, помогает лучше понять её преимущества и недостатки.

Обращение в организации за услугами. Реальное пользование услугами позволяет клиентам сравнить различные варианты, оценить качество и удобство использования. Обращаясь за услугами, клиенты стремятся найти оптимальное решение своей потребности, соответствующее их требованиям.

Приобретение услуги. Этот процесс представляет собой удовлетворение потребности и обеспечивает временное снятие возникшего напряжения нужды.

Жизненный стиль можно рассматривать как своеобразный портрет, который отображает деятельность, интересы и взгляды людей, и он напрямую влияет на клиентские предпочтения. Жизненный стиль клиента влияет на его образ жизни человека, определяет его приоритеты, ценности и способы управления ресурсами [3].

Выделяют пять основных сегментов жизненного стиля, разработанных в 1978 году исследователями калифорнийского Стэнфордского исследовательского института. Стремящиеся – такие клиенты ориентированы на достижение успеха и социального призвания. Достигающие – самодостаточные и амбициозные клиенты, стремящиеся к совершенству во всем. Подавленные – такие клиенты чувствуют себя беспомощными и не имеющими контроля над своей жизнью. Адаптеры – гибкие и легко приспосабливающиеся к меняющимся обстоятельствам клиенты. Традиционалисты – привержены устоявшимся ценностям и традициям.

Помимо принадлежности к определенному сегменту жизненного стиля, на клиентское поведение влияют и конкретные факторы, определяющие выбор. Ориентация на цену – приоритет отдается наиболее доступным по стоимости вариантам. Ориентация на качество – клиент готов платить больше за услуги, отличающиеся высоким качеством и долговечностью. Ориентация на марку – предпочтение клиентов услугам известных компаний. Спонтанность/расчетливость – планирование осуществления услуги заранее или спонтанное обращение за услугой. Новаторство/традиционность – готовность экспериментировать с новыми услугами или выбор в пользу проверенных компаний, предоставляющих услуги. Ориентация на импортную или отечественную продукцию – предпочтение товаров, произведенных в определенной стране.

Клиенты – это люди со своими ценностями, приоритетами и стремлениями, и учет вышеперечисленных факторов позволяет компаниям

разрабатывать услуги, максимально соответствующие потребностям своих клиентов.

Восприятие, обучение, мотивация и жизненный стиль выступают основными внутренними факторами, определяющими поведение клиентов. Восприятие влияет на формирование основы для обработки и интерпретации информации, закладывая фундамент для последующего обучения. Обучение клиентов, в свою очередь, содействует формированию устойчивых отношений и предпочтений, основанных на опыте и знании. Мотивация, как внутренняя движущая сила, влияет на действия клиентов, стимулируя их к поиску путей удовлетворения своих нужд. Жизненный стиль влияет на восприятие, обучение и мотивацию клиента, так как позволяет определить круг интересов, вкусы и потребности. Все эти факторы неотделимы друг от друга и определяют, каким образом клиенты принимают решение о совершении услуги.

Список использованных источников:

1. Драганчук Л.С. Поведение потребителей: учебное пособие. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 192 с.

2. Цой М.Е., Залешин П.А. Сегментация потребителей на основе изучения стилей покупательского поведения бизнесе // Экономика и социум. – 2023. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/segmentatsiya-potrebitелей-na-osnove-izucheniya-stiley-pokupatel'skogo-povedeniya/viewer> (21.04.2025)

3. Воловская Н.М. Факторы, влияющие на поведение потребителей. – Москва: Изд-во МГУ, 2020. – С. 85-101

© Смирнова Д.М., 2025

УДК 330.16

**ВЛИЯНИЕ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ
НА СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ
THE INFLUENCE OF BEHAVIORAL ECONOMICS
ON MODERN DECISION-MAKING MODELS**

Смирнова С.Р., Авезова Б.С.

Smirnova S.R., Avezova B.S.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина

(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва

The Kosygin State University of Russia, Moscow

Behavioral economics has revolutionized our comprehension of decision-making within economic frameworks. Unlike traditional financial models, which assume rational actors making optimal choices, behavioral economics integrates insights from psychology to account for cognitive biases, emotions, and social influences. This article explores the role of cognitive biases and emotional states

in shaping economic decisions and examines how behavioral economics has reshaped modern decision-making models.

Behavioral economics emerged as a response to the limitations of neoclassical economics, which predominantly relied on the concept of homo economicus represented by a rational, self-interested individual who maximizes utility. Notable people such as Daniel Kahneman and Amos Tversky challenged this view by demonstrating that human decisions frequently deviate from rationality due to cognitive biases. Their prospect theory, for instance, elucidated that individuals tend to value losses more acutely than equivalent gains, a phenomenon known as loss aversion. This insight significantly altered the way economists model risk and reward. Behavioral economics extensively incorporates heuristics, which represents mental shortcuts that simplify decision-making. Efficient heuristics often leads to systematic errors. For example, the availability heuristics induces individuals to overestimate the probability of events based on recent or vivid memories, influencing financial decision-making and consumer behavior [1].

Cognitive biases significantly influence economic choices. Some key biases include:

Anchoring. Individuals rely heavily on initial information (the «anchor») when making decisions. For example, a high initial price for a product can make subsequent prices seem more reasonable, even if they are still high. This is widely used in marketing and negotiation strategies.

Overconfidence Bias. People tend to overestimate their knowledge or control over outcomes. In financial markets, this can lead to excessive trading or high-risk investments, which can contribute to the formation of market bubbles and subsequent market crashes.

Confirmation Bias. Decision-makers tend to favor information that confirms their existing beliefs, often ignoring contradictory evidence. This cognitive bias affects investment strategies, policymaking, and consumer choices.

These biases demonstrate that economic decisions are not purely rational but are shaped by psychological factors. Behavioral economics provides tools to predict and mitigate these deviations, thereby improving decision-making models.

Emotions play a critical role in economic decision-making, often overriding logical analysis. For instance, fear and greed drive stock market fluctuations, as investors react emotionally to market trends. Similarly, emotions such as trust and fairness influence negotiations and contractual agreements.

Research by Antonio Damasio highlights that emotions are integral to decision-making. His studies on patients with impaired emotional processing revealed that they struggled to make simple choices, suggesting that emotions provide a framework for evaluating options. In economic contexts, positive

emotions may encourage risk-taking, whereas negative emotions may result in conservative choices [2].

Behavioral economics incorporates these findings into models that account for emotional influences. For example, affective forecasting, the cognitive process of predicting how future events elicit emotional responses, often leads to misjudgments in consumer behavior, such as overspending on items expected to bring happiness.

Behavioral economics has practical applications across various domains, including public policy, marketing, and finance. Some notable examples include:

Nudging. Richard Thaler and Cass Sunstein's concept of nudging involves designing environments to guide people toward better decisions without restricting their freedom. For instance, automatic enrollment in pension plans increases savings rates, as inertia prevents people from opting out [3].

Behavioral Finance. This field applies behavioral economics to understanding market anomalies, such as stock market bubbles. By accounting for biases like herd behavior, models can better predict market trends.

Consumer Behavior. Companies use behavioral insights to influence purchase decisions. For example, time-limited offers exploit the scarcity heuristic, prompting faster purchases.

These applications demonstrate how behavioral economics enhances the predictive power of decision-making models by incorporating real-world human behavior.

Despite its contributions, behavioral economics faces challenges. Critics argue that it lacks a cohesive theoretical foundation, as it relies on a compilation of observed biases rather than a structured and comprehensive framework. Additionally, quantifying the impact of emotional factors and cognitive biases remains a significant challenge, complicating model development.

Another criticism is the ethical concern surrounding nudging. While nudges aim to improve outcomes, they can be perceived as manipulative, raising questions about autonomy and consent. Policymakers must balance the effectiveness of behavioral insights with ethical considerations.

Behavioral economics has profoundly influenced modern decision-making models, highlighting the role of cognitive biases and emotions in economic processes. Moving beyond the assumption of rationality, it offers a more empirically grounded understanding of human decision-making behavior, with applications in policy, finance, and marketing. However, there are still challenges such as theoretical fragmentation and ethical concerns remain. As research advances, behavioral economics will continue to refine our understanding of decision-making, bridging the gap between theory and practice.

Список использованных источников:

1. Nitesh Raj. Effects of Behavioural Economics on Decision-Making out. – URL: <https://clck.ru/3LxJVP> (дата обращения: 08.05.2025).
2. Мягкова Е. Ю. Язык – эмоции – сознание – культура в теории А. Дамасио. – URL: <https://clck.ru/3LxJWQ> (дата обращения: 09.05.2025).
3. Акопян Т. К. Анализ теории мягкого подталкивания Р. Талера / Т. К. Акопян, О. С. Похилько // Молодой ученый. – 2020. – № 20 (310). – С. 394–396. – URL: <https://moluch.ru/archive/310/70223/> (дата обращения: 09.05.2025).

© Смирнова С.Р., Аvezова Б.С., 2025

УДК 339.37

ВНЕДРЕНИЕ CRM В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОТЗЫВАМИ

Смирнова А.А.

Научный руководитель Ильина С.И.

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

Для повышения эффективности деятельности компании необходимо стимулировать приток клиентов и содействовать их удержанию – предлагается внедрение продукта CRM для автоматизации управления потоками клиентов и их удержания.

Основные бизнес-процессы, реализуемые в компании «как есть», включают: приём и оформление заявки от клиента; организация забора товара; проверка товара на соответствие и выявление брака; упаковка и маркировка товара; отгрузка товара на маркетплейсы; обратная связь с клиентом по статусу заказа.

Данные процессы выполняются преимущественно вручную с использованием отдельных информационных систем, что приводит к задержкам и ошибкам. В связи с возросшей ролью онлайн-отзывов компаниями были выработаны и активно используются в онлайн-торговле различные методы стимулирования написания отзывов: с фото или видео, методы, направленные на увеличение рейтинга товара, или методы, стимулирующие написание детальных текстовых отзывов. Фактически для принятия решения о покупке большинству пользователей достаточно прочитать от 1 до 6 отзывов [1]. Эмоциональная окраска отзывов. Одна из наиболее исследованных в плане влияния на поведение потребителей характеристика онлайн-отзывов – валентность (valence) – эмоциональная

окраска, покупатели чаще склонны оставлять положительные онлайн-отзывы, чем отрицательные.

Другая сторона вопроса состоит в том, как валентность влияет на потенциальных покупателей, читающих онлайн-отзывы и их решение о совершении покупки. Потенциальные покупатели больше внимание уделяют негативным отзывам [2], то есть именно негативный опыт покупателей оказывает наибольшее влияние на решение о покупке. Также доказано, что определенная группа покупателей целенаправленно читает именно негативные отзывы. Наиболее явно этот эффект выражен у тех, кто совсем не имеет опыта использования рассматриваемого товара (услуги). Пользователи имеют определенные предубеждения о возможном негативном опыте покупки, в связи с чем, встречая негативные онлайн-отзывы, проявляют вовлеченность и исследуют их тщательнее, чем позитивные отзывы. Таким образом, система работы компании с отзывами обязательно должна включать обработку негативных отзывов.

В рамках проекта совершенствования предлагается внедрить цифровую платформу для клиентов и автоматизировать ключевые процессы с целью повышения прозрачности, оперативности и качества обслуживания. В настоящее время активно развивается направление «клиенториентированный подход в маркетинге». Такой подход как часть маркетинговой деятельности направлен на акцентирование внимания в направлении наиболее лояльных клиентов, готовых приносить компании прибыль и доверяющих компании больше, чем конкурентам. Эффективное управление взаимоотношениями с лояльными клиентами дает возможность максимизировать финансовые результаты.

Лояльность клиентов складывается из следующих аспектов: совершение постоянных покупок; рекомендации окружающих; эмоциональная привязанность к продукту, товару, услуге или же самому бренду; интерес к новым предложениям.

Использование модели ценности в современной практике ввиду активного распространения тенденций цифровизации организовано на базе использования CRM-систем. Можно с уверенностью утверждать, что основным фактором, стимулирующим развитие и совершенствование маркетинговой деятельности на современном этапе, выступает влияние тенденций цифровизации и распространение сети Интернет.

На формирование модели ценности клиентов тенденции цифровизации экономики также оказали свое влияние. Современный CRM-маркетинг, как правило, организован на базе CRM-систем.

Так, в исследуемой организации, в целях автоматизации действий по управлению потоками клиентов компании, их удержания и привлечения новых предложен к внедрению продукт CRM для возможности автоматизации процессов продаж, с модулем онлайн-заказов и отслеживания их статуса. В CRM используется модель ценности клиента,

согласно которой в программе распределяются все реальные и потенциальные клиенты компании исходя из ценности их для получения прибыли. Среди основных целей внедрения CRM следует выделить: возможность консолидации информации по всем контрагентам; возможность повышения доли удовлетворенных клиентов за счет анализа накопленной информации о поведении клиентов, их ценовых предпочтений; возможность учета индивидуальных потребностей клиентов; анализ эффективности маркетинговой деятельности с помощью заложенных в программе CRM вычислительных инструментов.

К задачам использования CRM как раз относятся повышение лояльности клиентов компании, построение эффективной системы управления продажами, формирование прозрачных взаимоотношений с клиентами. То есть, CRM дает возможность проанализировать и измерить ценность клиентов, оценить потенциальных клиентов, а также проанализировать отток клиентов. Главное преимущество от внедрения CRM для исследуемой организации заключается в возможности автоматизированного управления всеми потоками клиентов, включая возможности формирования планов доходов (продаж) и расходов компании, а также автоматизации цен. В рамках проекта предлагается внедрение следующих ключевых мероприятий: внедрение CRM-системы с модулем онлайн-заказов и отслеживания статуса; автоматизация маршрутизации курьеров с помощью специализированного ПО; разработка клиентского портала для взаимодействия и получения обратной связи; обучение персонала работе с новыми инструментами; внедрение системы автоматической проверки качества с фотофиксацией. Для оценки эффективности проекта применим метод расчёта срока окупаемости (Payback Period) и возврата на инвестиции (ROI).

Таким образом, для повышения эффективности бизнес-процессов исследуемой организации предлагается внедрить процессные инновации – современный продукт CRM – для повышения эффективности управления отзывами клиентов. Практика позволила получить ценный опыт в области управления отзывами, а также разработать проект совершенствования бизнес-модели, направленный на повышение конкурентоспособности и устойчивого развития организации на рынке электронной коммерции.

Список использованных источников:

1. Шиловский С.В. Мотивы написания отзывов на странице розничной сети в социальных сетях // Практический маркетинг – 2020. – № 3 (277) – С. 15-19;
2. Chen T., Samaranayake P., Cen XY., Qi M., Lan YC. The Impact of Online Reviews on Consumers' Purchasing Decisions: Evidence From an Eye-Tracking Study // Front. Psychol. Sec. Decision Neuroscience – 2022. – URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2022.865702/full>;

© Смирнова А.А., 2025

Соболевская В.А.

Научный руководитель Ильин С.Ю.

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Московский государственный юридический университет
имени О.Е. Кутафина (МГЮА)», Москва*

Источником реализации общественных интересов выступает национальная бюджетная система, пополняемая, прежде всего, за счет доходов и прибылей юридических лиц, от эффективного и интенсивного функционирования которых зависят денежные притоки в бюджеты и государственные внебюджетные фонды (федерального, региональных, местных бюджетов, федеральных и территориальных внебюджетных фондов), уровень занятости (максимизация степени фрикционной и структурной безработиц и минимизация степени циклической безработицы), доходы, удовлетворенность в материальных и нематериальных потребностях и, соответственно, качество жизни физических лиц [6, 9, 10]. Сами же юридические лица (организации) способны развиваться оптимально путем сбалансированности их возможностей и ограничений и, главным образом, управленческого механизма, сочетающего в себе стратегические и тактические действия менеджеров, интегрирующие намеченные ими конечные и промежуточные показатели, определяющие текущее состояние хозяйственной системы и ее устойчивость (жизнеспособность) в перспективе [3, 7, 8, 11]. Исходя из значимости управленческого механизма, необходимо определиться со структурой управленческо-правового потенциала организаций. Сочетание двух составляющих (менеджерской и правовой) объясняется одним из управленческих основополагающих правил (принципов), состоящим в невозможности принятия управленческих решений руководителями без соблюдения законодательных рамок и пренебрежения действующими в стране законами и подзаконными актами, тормозящими результаты, к которым они всегда стремятся (доходы, прибыль, и т.п.) [1, 2, 4, 5]. Для формирования данного понятия определимся с его структурой, не вступающей в противоречие с действующей хозяйственной конъюнктурой, присущей современной среде функционирования организаций, образуемой из различных экзогенных и эндогенных условий, порождающих их затраты в процессе осуществления операционной и внеоперационной деятельности, влияющих напрямую на результат и порождаемые ими качественные индикаторы (рентабельность и т.п.).

1. Общеметодологические управленческо-правовые бизнес-процессы. Они определяют издержки на ведение организациями

юридического менеджмента относительно архитектуры и качества персонала под воздействием разрешающих законодательных норм. Архитектура организаций складывается из средств и предметов труда, производственно-сбытовых, инвестиционных технологий, оборудования систем связи, его технико-эксплуатационных свойств, формальных полномочий по принятию решений, должностных прав и обязанностей определенных групп сотрудников и каждого сотрудника в отдельности, организационной культуры. Качество персонала подразумевает отношение сотрудников к изменениям, их профессиональную квалификацию, умение решать стратегические вопросы и мотивацию стратегической направленности. Из перечисленных номенклатурных групп следует, что правовые издержки, осуществляемые менеджерами, направлены на узаконивание и документальное оформление операций, дающих прочность контролируемых факторов деятельности организаций, поскольку легальность есть одно из гарантий непоколебимости их преимуществ перед конкурентами, особенно при равных ресурсных, технологических, инфраструктурных и иных возможностях, сформированных при архитектуре и определении качества персонала как факторных компонентов их эндогенной (внутренней) среды.

2. Отраслевые управленческо-правовые бизнес-процессы. Они определяют издержками на ведение организациями юридического менеджмента относительно различных срезов под воздействием разрешающих законодательных норм. Различают кадровый срез (взаимодействие начальников и подчиненных, найм, обучение и продвижение персонала по службе, оценка мотивов и стимулов у подчиненных к труду, создание и поддержание взаимоотношений между сотрудниками), организационный срез (коммуникационные процессы, процессы распределения прав и обязанностей между сотрудниками, иерархия должностных лиц и закрепленных за ними подразделений), производственный срез (процессы изготовления продукции, обслуживание технологического парка, научных лабораторий), маркетинговый срез (идея создаваемой продукции, процессы ценообразования, выхода на рынок, типы сбытовых систем), финансовый срез (поддержание финансовой устойчивости и платежеспособности, обеспечение благоприятного инвестиционного климата). Перечисленные номенклатурные группы свидетельствуют о приспособлении менеджерами к экзогенной (внешней) среде для противостояния контролируемых факторов неконтролируемым факторам через оперирование правовым коридором и стремление не попасть в неправовой коридор, в котором кроются запрещенные правовые нормы, сдерживающие данный потенциал.

Рекомендованный авторский вариант формирования управленческо-правового потенциала должен послужить организациям объективным индикатором консолидации управленческих затрат и помочь им точно

определять свои хозяйственно-юридические возможности и ограничения, объективно исчислять и оценивать эффективность стратегических и тактических действий, применяемых при планировании итоговых индикаторов и индикаторов, от которых они зависят на конкретных хозяйственных стадиях. Опираясь на такую структуру, менеджеры смогут исключить правовые риски и оптимизировать статьи косвенных (управленческих) затрат и, тем самым, предельно максимизировать результативность и затратность управленческих действий и хозяйственных процессов своих организаций в целом.

Изложенный подход к формированию управленческо-правового потенциала целиком гармонирует с хозяйственным механизмом и создает предпосылки для ведения эффективного менеджмента, защищающего организации от незапланированных денежных потерь, приводящих к убыткам и кризисным явлениям, расширения ими своих экономических возможностей в соперничестве за выгодные рыночные ниши.

Список использованных источников:

1. Зотикова О.Н., Гончаров Н.А. Аспекты организации контроллинга на предприятии // Дизайн и технологии. – 2019. – № 74 (116). – С. 112-119.
2. Зотикова О.Н., Дембицкий С.Г., Сенков В.А., Домничев Д.Ю. Современные аспекты совершенствования хозяйственной деятельности экономических субъектов. – М., 2024. – 168 с.
3. Ильин С.Ю. Экономический потенциал // Вестник ИжГТУ имени М.Т. Калашникова. – 2012. – № 1 (53). – С. 57-59.
4. Ильин С.Ю. Производственный потенциал // Вестник ИжГТУ имени М.Т. Калашникова. – 2012. – № 2 (54). – С. 57-60.
5. Ильин С.Ю. Ресурсный потенциал // Вестник ИжГТУ имени М.Т. Калашникова. – 2012. – № 3 (55). – С. 70-72.
6. Ильин С.Ю. Комплексная оценка эффективности использования производственных ресурсов (на примере сельского хозяйства Удмуртской Республики) // Региональная экономика: теория и практика. – 2012. – № 31. – С. 49-53.
7. Ильин С.Ю., Гоголев И.М., Остаев Г.Я., Кислицкий М.М. Корпоративный маркетинг в современных условиях хозяйствования // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2021. – № 3. – С. 127-136.
8. Ильин С.Ю. Финансы организаций (предприятий). – Ижевск, 2013. – 44 с.
9. Романенко Н.Ю. Роль инновационно-инвестиционной стратегии в процессе стратегического развития предприятия // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – 2009. – № 11 (41). – С. 13-14.
10. Романенко Н.Ю. Экономическое сознание как механизм развития предпринимательства // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2021. – Т. 5. – № 12 (120). – С. 4-9.

11. 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.

© Соболевская В.А., 2025

УДК 005.52

РОЛЬ BPM-СИСТЕМ В ЦИФРОВИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КОМПАНИИ

Соколова Я.И.

Научный руководитель Соколова Е.Ю.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Рыбинский государственный авиационный
технический университет имени П.А. Соловьева», Рыбинск*

В современном обществе, в условиях быстро меняющейся бизнес-среды, когда технологии быстро развиваются, цифровизация бизнес-процессов становится ключевым фактором успешного функционирования организаций. Цифровизация представляет собой сложный процесс, который включает автоматизацию рутинных задач, внедрение современных информационных систем и оптимизацию производственных процессов, и способствует повышению эффективности бизнес-процессов компании, гибкости и быстрой адаптации к условиям внешней среды, а также сокращению затрат.

В компании Comindware (русская платформа low-code для управления корпоративной архитектурой, автоматизации бизнес-процессов и создания ИТ-приложений) отмечают, что в 2022 году основное внимание было сосредоточено на замене оборудования и инфраструктурного программного обеспечения для ИТ-безопасности, но в 2023 году акцент сместился на приложения и пакеты приложений, предназначенные для решения конкретных узких задач, таких как офисные пакеты, системы потокового сканирования и распознавания, а также корпоративные системы проектирования.

По данным аналитического агентства TAdviser эксперты отмечают интерес бизнеса к расширению функциональности BPM-систем (Business Process Management) в контексте интеграции с другими платформами и технологиями, а также повышенное внимание к вопросам безопасности, соответствия различным стандартам и требованиям регуляторов. BPM-система – это класс ИТ-систем, позволяющих автоматизировать управление отдельными бизнес-процессами, компанией в целом и её эффективностью [1].

Ещё одна ключевая тенденция – использование искусственного интеллекта. Компании видят потенциал корпоративных ассистентов в таких областях, как обработка запросов, анализ базы знаний и формирование ответов, поиск и индексация данных, сопоставление и работа с нормативно-правовыми актами, перевод и создание резюме документов, распознавание не только текстовых, но и аудио- и визуальных данных. К 2024 году большинство компаний-заказчиков достигли «цифровой зрелости» и стали подходить к автоматизации и внедрению BPM-систем более осознанно, ориентируясь на потребности своего бизнеса и предоставляя подробные запросы и технические задания.

На примере завода специального машиностроения ООО «Техно-центр» (г. Рыбинск), специализирующегося на производстве оборудования специального назначения, не включённого в другие группы, рассмотрим потенциал использования BPM-систем для оптимизации и устранения слабых мест в бизнес-процессах. Цифровые платформы, включающие BPM-системы, предоставляют доступ к информации и сервисам для этих целей.

Например, рассмотрим процесс оформления служебных командировок бухгалтером. В обязанности бухгалтера на рассматриваемом предприятии в данной области входит: предварительный расчёт и выдача денег под отчёт командированному лицу, перерасчёт, утверждение авансового отчёта сотрудника о потраченных суммах, а также приобретение билетов и бронирование отелей. При осуществлении данного процесса бухгалтером отмечаются следующие трудности:

- часто бухгалтер узнает о том, что сотрудника направляют в командировку за день до ее наступления, а на поиск и приобретение билетов, бронирование отеля уходит не менее 1,5 часов;

- предприятие несет комиссионные расходы при работе с туроператорами и иными посредниками;

- сложности с отслеживанием фактических расходов в процессе командировки;

- риск злоупотреблений со стороны сотрудников при оформлении расходов и др.

Суть автоматизации оформления командировок с помощью BPM-системы заключается в том, что рутинные задачи, такие как подбор авиабилетов, бронирование гостиниц, согласование расходов и сбор документов, передаются роботам. Процесс начинается с запуска процесса сотрудником через голосового помощника или чат-бота. Затем применяются технологии RPA и AI для поиска подходящих предложений по билетам и гостиницам. Задача «Согласовать командировочные расходы» отправляется на маршрут согласования, а после возвращения из поездки искусственный интеллект распознаёт сканы документов и формирует отчёт в корпоративной системе.

Среди преимуществ, которые получит предприятие при внедрении данной системы отметим: оперативность планирования; снижение издержек; автоматизированный учет и мониторинг всех подотчетных в режиме реального времени; единый порядок оформления и согласования всех документов через электронную систему; сокращение времени на административные процедуры благодаря автоматизации рутинных операций; нет привязки к рабочему месту сотрудника, поскольку доступны мобильные приложения.

Отметим, что цифровая трансформация процесса оформления командировок играет значительную роль в оптимизации рабочих процессов на активно развивающихся предприятиях. Далее рассмотрим целесообразность использования системы для проверки контрагентов.

В 2021 году ФНС РФ выпустила письмо, посвященное практике применения положений новой статьи 54.1 НК РФ, которая содержит положения, направленные на борьбу с уклонением от уплаты налогов с использованием фиктивных компаний и операций [2]. Отдельный раздел в комментируемом письме посвящен правилам проверки контрагента перед заключением сделки. Рекомендуются проводить такую проверку еще до начала сотрудничества, чтобы избежать работы с недобросовестными партнерами и сохранить как финансовые средства, так и деловую репутацию.

В настоящее время на предприятии проверка контрагентов не проводится, но возникают предпосылки, которые указывают на необходимость и целесообразность осуществления данного процесса. Среди них можно выделить:

- риск блокировки расчетных счетов предприятия (банк вправе блокировать любые операции, которые попадают в категорию подозрительных, согласно 115-ФЗ);

- предприятие могут включить в группу высокого налогового риска при проверках деклараций по НДС, что влечёт за собой дополнительные углублённые камеральные проверки.

Суть автоматизации проверки контрагентов в ВРМ-системах заключается в использовании специальных сервисов для анализа связей потенциальных партнёров. Эти сервисы интегрируются с учётными системами компаний и предоставляют информацию о контрагентах из открытых и официальных источников.

Использование современных сервисов проверки контрагентов позволяет существенно повысить эффективность бизнес-процессов, избежать финансовых и юридических рисков, связанных с сотрудничеством с ненадёжными контрагентами, что осуществляется посредством того, что сервисы предоставляют информацию о задолженностях, ликвидации и банкротстве контрагентов, что позволяет избежать финансовых потерь; информация предоставляется из

официальных источников, обеспечивая достоверность данных; использование сервисов позволяет быстро получить необходимую информацию о контрагенте без необходимости самостоятельного сбора данных; сервисы предоставляют информацию о предыдущих сделках и партнёрах контрагента, что позволяет оценить его надёжность и стабильность; некоторые сервисы позволяют сравнивать нескольких потенциальных партнёров для выбора наиболее надёжного и выгодного варианта сотрудничества; некоторые сервисы проверки контрагентов предоставляют дополнительные функции, такие как углублённые отчёты об упоминаниях в СМИ, советы экспертов.

Автоматизация проверки контрагентов позволяет специалистам предприятия быстро и эффективно оценить благонадёжность клиентов и поставщиков, выявить подозрительные факты и связи, а также упростить процесс проверки.

Кроме того, отметим, что внедрение BPM-системы на предприятии требует обучения персонала. Обучение должно быть направлено на освоение новых навыков и повышение квалификации сотрудников, что позволит им более эффективно выполнять свои обязанности и адаптироваться к изменениям.

Таким образом, в современном обществе цифровизация бизнес-процессов является одним из ключевых факторов успешного функционирования компаний в современном обществе. Она способствует повышению эффективности, гибкости и быстрой адаптации компаний к условиям внешней среды, а также сокращению затрат. BPM-системы и искусственный интеллект играют важную роль в оптимизации и автоматизации бизнес-процессов, использование таких технологий позволяет внедрить современные информационные системы и оптимизировать не только управленческие, но и производственные процессы.

Список использованных источников:

1. Управление бизнес-процессами // Тадвайзер : портал о российском рынке информационных технологий. – Москва. – URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Business_Process_Managemet_System_-_Управление_бизнес-процессами_\(рынок_России\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Business_Process_Managemet_System_-_Управление_бизнес-процессами_(рынок_России)) (дата обращения: 01.05.2025). – Текст : электронный.

2. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]. URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/about_fts/about_nalog/10687108/ (дата обращения: 01.05.2025).

3. Скворцова, Н. А. «Система BPM – современный инструмент онлайн управления бизнес-процессами предприятия» [Текст] / Н. А. Скворцова // «Инновационная наука». – 2022. – № 3-1. – С. 22–25.

© Соколова Я.И., 2025

УДК 331.546

ОБРАЗОВАНИЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА КАК СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ РЫНКА ТРУДА

Солякова А.К.

Научный руководитель Невмержицкая О.Н.

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

Рынок труда представляет собой сложную, динамическую систему, в которой взаимодействуют спрос и предложение рабочей силы. Эти взаимосвязи обусловлены множеством факторов, включая экономические условия, социальные структуры, культурные традиции и технологический прогресс.

В современном обществе роль образования и профессиональной подготовки выходит на передний план как ключевых факторов, формирующих качество рабочей силы, её профессиональный уровень, уровень адаптивности к быстро меняющимся условиям рынка. Они служат фундаментом для развития человеческого капитала, который выступает драйвером экономического роста и социального прогресса. В условиях глобализации, цифровизации и технологических революций значение образования приобретает особую актуальность, поскольку от уровня профессиональной подготовки зависит способность общества и отдельных его участников эффективно взаимодействовать с вызовами современности.

Образование – это не только передача знаний, но и формирование умений, навыков, ценностных ориентиров, необходимых для полноценной жизни и профессиональной деятельности. В современном мире эта функция приобретает особое значение вследствие ускоренных технологических изменений, внедрения цифровых технологий, развития информационной среды и глобальных экономических связей [1]. Профессиональная подготовка представляет собой целенаправленный процесс приобретения конкретных компетенций, востребованных на рынке труда, что позволяет специалистам адаптироваться к новым условиям и повышать свою конкурентоспособность.

В современном мире роль образования приобретает особое значение из-за быстрого темпа технологического прогресса. Внедрение цифровых технологий, развитие информационной среды и глобализация требуют от человека постоянного обновления знаний и умения ориентироваться в новых условиях. Образование становится не только средством получения знаний, но и платформой для формирования навыков работы с информацией, критического мышления, коммуникации и сотрудничества в международных командах. Получение качественного образования

позволяет представителям различных социальных групп преодолевать барьеры и достигать более высокого уровня жизни, реализуя свои возможности и амбиции. Это способствует формированию более открытого и справедливого общества. Образование способствует снижению социального неравенства, обеспечивая равный доступ к качественным образовательным возможностям. Это помогает устранить социальные барьеры и создает равные условия для развития талантов и способностей [2]. Кроме того, оно способствует воспитанию гражданской активности, ответственности и профессиональной этики. Образование формирует у человека понимание своих прав и обязанностей, уважение к труду и другим важным социальным ценностям. Также оно способствует формированию социальных норм и ценностей, связанных с трудовой деятельностью, этическими стандартами и профессиональной этикой. Это укрепляет социальную сплоченность и стабильность, способствуя развитию индивидуальных карьер и укреплению социальной гармонии. В результате снижается уровень конфликтов, создаются условия для устойчивого развития общества. Ключевое влияние этих факторов проявляется в нескольких направлениях. Повышение качества рабочей силы. Наличие высококвалифицированных специалистов способствует развитию инноваций, повышению производительности труда, улучшению качества продукции и услуг, стимулирует научно-технический прогресс. Гибкость рынка труда. Профессиональная подготовка и переподготовка работников позволяют адаптировать их к новым требованиям, связанным с развитием технологий, меняющимися условиями конкуренции, что снижает уровень безработицы и способствует более эффективному использованию трудовых ресурсов. Рост уровня занятости. Образование увеличивает шансы на трудоустройство, особенно в условиях технологических преобразований, когда востребованы специалисты с новыми компетенциями. Инновационное развитие. Подготовленные кадры стимулируют внедрение новых технологий, развитие научных исследований, создание новых отраслей экономики. Однако недостаток квалифицированных специалистов или низкий уровень профессиональной подготовки могут стать серьезными препятствиями для экономического развития, снижая конкурентоспособность страны и её предприятий [3].

Подводя итог, можно выделить, что образование и профессиональная подготовка выступают не только как инструменты формирования человеческого капитала, но и как ключевые социальные механизмы, обеспечивающие развитие общества и экономики в целом. Их значение выходит за рамки индивидуальных выгод, поскольку именно на их основе строятся социальная справедливость, интеграция различных социальных групп и устойчивое развитие национальных обществ. Образование способствует развитию критического мышления, инновационного потенциала и социальной ответственности, что является

фундаментом для научно-технического прогресса и культурного богатства общества. Профессиональная подготовка, в свою очередь, обеспечивает соответствие навыков и знаний требованиям современного рынка труда, что способствует снижению безработицы, повышению производительности и созданию новых рабочих мест [4].

Особое значение приобретает необходимость создания гибких и адаптивных систем обучения, способных быстро реагировать на постоянные изменения в технологической и экономической сферах. В условиях глобализации, цифровой революции и быстрого технологического прогресса традиционные модели образования требуют модернизации: внедрения новых методов обучения, развития дистанционных и смешанных форм образования, повышения уровня цифровой грамотности и формирования навыков постоянного самообразования и профессионального развития [5]. Только через усиление инвестиций в эти сферы можно обеспечить устойчивое и справедливое развитие, повысить качество жизни населения и обеспечить будущее, ориентированное на инновации и социальную гармонию.

Список использованных источников:

1. Вербицкий А.А. Компетентностный подход и теория контекстного образования / А.А. Вербицкий. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2017 г. 78 с.
2. Дятлов С.А. Человеческий капитал и его роль в развитии инновационной экономики / С.А. Дятлов. – СПб.: СПбГУЭФ, 2019 г. 156с.
3. Клячко Т.Л. Образование в России: основные тенденции, проблемы и перспективы / Т.Л. Клячко. – М.: ЦЭМИ РАН, 2015. – 100 с.
4. Рощин С.Ю. Экономика труда / С.Ю. Рощин, Т.А. Кораблёва, М.А. Лукьянова. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2018. – 355 с.
5. Смирнов И.П. Человек: образование и профессия / И.П. Смирнов. – М.: РАО, 2017. – 98 с.

© Солякова А.К., 2025

УДК 657.1.011.56

БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГИИ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ И АУДИТЕ

Сотникова С.В., Самойлова Т.Д.

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

В последние годы блокчейн-технологии приобрели значительную популярность и стали важным инструментом в различных сферах экономики и бизнеса. Одной из областей, где потенциал блокчейна

особенно заметен, является бухгалтерский учет и аудит. Традиционные методы учета часто сталкиваются с проблемами, связанными с прозрачностью, безопасностью и эффективностью обработки данных. В этом контексте блокчейн предлагает инновационные решения, способные трансформировать подходы к ведению учета и проведению аудиторских проверок.

Технологии блокчейн – это база данных, в которых содержится информация обо всех операциях, транзакциях, которые были произведены компанией. Вся информация, которая хранится в системе зависит от вида блокчейна. Когда создается новый блок, сразу же вычисляется его ХЭШ. ХЭШ идентифицирует блок и всё его содержимое, поэтому для каждого блока он всегда уникален. Изменения внутри блока станут причиной изменения его ХЭШа. Третий элемент внутри каждого блока – ХЭШ предыдущего блока. Именно с помощью этого элемента создается цепочка блоков, а также обеспечивается ее безопасность. ХЭШ высчитывается автоматически с помощью компьютера каждого пользователя блокчейн [1]. Данную систему только недавно начали внедрять в бухгалтерский учет, хотя международные компании начали анализировать преимущества внедрения блокчейн-технологии при ведении аудита и учета.

Можно выделить следующие преимущества от внедрения блокчейн-технологий. Прозрачность. Информация о транзакциях, которые были добавлены в систему не может быть изменена. Каждый сотрудник имеет доступ к системе, чтобы просматривать новую актуальную информацию. Безопасность данных. Данная система имеет систему сложных математических алгоритмов, что не позволяет каким-либо мошенникам или другим пользователям, которые незарегистрированы в системе не могут «украсть» важные данные. Удобство. Операции, приводящиеся в компании, сразу формируют дебиторские и кредиторские задолженности без подтверждения операции денежными средствами. Минимизация ошибок. Запись транзакций, ведение отчетности обработка финансовых процессов происходит автоматически, что не допускает каких-либо ошибок сотрудника, также упрощая его задачи в работе

Следует также поговорить о недостатках данной системы. Можно выделить такие минусы. Высокая стоимость внедрения системы блокчейн. Для качественной работы системы компания должна иметь достаточно мощные компьютеры, которые будут содержать много памяти для хранения огромной базы данных. Блокчейн-технология является новой системой и еще не до конца разработана. Поэтому компании сталкиваются с регулярными вопросами, которые затрагивают защиту данных, налогообложения и так далее. Многие мировые компании должны подготовиться к тому, что придется изменить законодательство и подстроить свой бизнес к новым требованиям. При расширении сети растет число транзакций, что может снижать скорость обработки данных.

Из-за того, что технология находится в стадии разработки, возникают ошибки и сбои в системе, что затрудняет работу.

Мировые компании начинают активно внедрять в свой бизнес новые технологии, некоторые из них основаны на криптовалютах, таких как биткоин. Они стремятся ускорить свои бизнес-процессы, повысить прозрачность в их операциях и при этом сэкономить деньги. Международные бухгалтерские корпорации, которые входят в состав «Большой четверки» уже начали активно внедрять данную технологию. Deloitte, одна из крупнейших аудиторских и консалтинговых компаний в мире, активно исследует и внедряет блокчейн-технологии в свою практику. Компания разрабатывает решения для автоматизации процессов аудита и бухгалтерского учета с использованием смарт-контрактов, что позволяет улучшить прозрачность и снизить риск ошибок. KPMG, другая крупная консалтинговая компания, исследует возможности блокчейна для улучшения процессов аудита и бухгалтерского учета. Компания разработала платформу для автоматизации аудиторских процессов, которая использует блокчейн для хранения и верификации данных. Ernst & Young активно работает с блокчейн-технологиями и разработала платформу EY OpsChain, которая позволяет компаниям отслеживать и управлять транзакциями на основе блокчейна. Это решение помогает улучшить процессы учета и повысить прозрачность финансовых операций. PricewaterhouseCoopers (PwC) также активно использует блокчейн в бухгалтерском учете. Компания разрабатывает инструменты для управления финансами и аудитом на основе блокчейна, позволяя клиентам получать более точные и актуальные данные. PwC запустила несколько инициатив, направленных на использование блокчейна для автоматизации процессов и повышения доверия к финансовой отчетности [2].

Внедрение блокчейн-технологии в бухгалтерский учет и аудит открывает новые возможности для повышения прозрачности, безопасности и эффективности бухгалтерских процессов. Существует несколько направлений куда следует внедрить блокчейн.

Взаимодействие с контрагентами. Блокчейн позволяет синхронизировать учет операций между сторонами сделки без дополнительных сверок. Дебиторская и кредиторская задолженности фиксируются мгновенно в идентичной сумме при проведении транзакции, исключая расхождения в данных. Это снимает необходимость дополнительного подтверждения суммы и факта операции – бухгалтеру остается лишь корректно отразить актив и связанные с ним доходы или затраты.

Контроль внутренних операций. Любое перемещение активов внутри компании может быть зафиксировано как блокчейн-транзакция, обеспечивая прозрачность в реальном времени. Это упрощает учет материальных ценностей: достаточно корректно классифицировать объект

и определить его стоимость. Для этих целей можно развернуть корпоративную блокчейн-сеть, где передача активов подтверждается получателем, а их списание происходит автоматически.

Мгновенное отражение операций. Блокчейн позволяет учитывать хозяйственные операции сразу в момент их совершения, без задержек на обработку документов. Технология полностью исключает необходимость в традиционной первичной документации, как бумажной, так и электронной. Каждая операция автоматически фиксируется в распределенном реестре, становясь достоверным и неизменным фактом хозяйственной деятельности.

Новый подход к документообороту. Транзакция в блокчейне сама по себе служит подтверждением операции, заменяя собой привычные первичные документы. Это не только ускоряет учетные процессы, но и устраняет риски утери или искажения документов. Бухгалтерская работа трансформируется – вместо проверки и обработки первичных документов специалист сосредотачивается на анализе данных и их корректной классификации.

Компании, которые активно исследуют и внедряют блокчейн, получают конкурентные преимущества, сокращают затраты и улучшают качество своих услуг. Несмотря на сохраняющиеся вызовы, такие как необходимость изменения существующих регуляторных норм и обучения сотрудников, потенциал блокчейна в бухгалтерии и аудите невозможно переоценить. В будущем мы можем ожидать еще более широкого применения этой технологии, что откроет новые горизонты для развития финансового сектора и обеспечит более эффективную и безопасную систему учета и аудита.

Список использованных источников:

1. Бухгалтерский учет при помощи технологии блокчейн: как реализовать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://e.student-glavbukh.ru/856956> (2.12.2020)

2. Большая четверка готовится стать аудиторами криптовалют и блокчейна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://cointelegraph.com/news/the-big-four-are-gearing-up-to-become-crypto-and-blockchain-auditors> (29.05.2020)

3. Технология блокчейн в бухгалтерском учете и аудите в 2022 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://i-ias.ru/blog-ias/tpost/lci3x24321-tehnologiya-blokchein-v-buhgalterskom-uc> (16.03.2022)

4. Облачные технологии или блокчейн: могут ли новые технологии изменить подход к подписанию и хранению документов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.klerk.ru/blogs/forma/637105/> (03.02.2025)

© Сотникова С.В., Самойлова Т.Д., 2025

**ИНФЛЯЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ:
ВЛИЯНИЕ ИНФЛЯЦИИ НА ЭКОНОМИКУ И НАСЕЛЕНИЕ**

Спиридонова Д.Ю., Зезюлина Н.Б., Захваткина В.В.
*УО «Белорусский государственный экономический университет»,
Республика Беларусь, Минск*

Актуальность темы обусловлена тем, что инфляция является важным экономическим показателем, который оказывает значительное влияние на благосостояние населения. В Республики Беларусь, где экономическая ситуация может быть нестабильной, изучение инфляционных процессов становится особенно важным. Целью исследования заключается в изучении влияния инфляционных процессов на различные социальные слои населения, а также в анализе реакций государства на эти процессы. Объектом исследования выступают инфляционные процессы в Республике Беларусь. Предметом исследования является влияние инфляции на экономику страны и жизнь населения.

Влияние инфляции на уровень жизни граждан, покупательскую способность и социальное неравенство требует глубокого анализа. Кроме того, понимание инфляционных процессов важно для разработки эффективной экономической политики и мер социальной защиты.

Задачи исследования: проанализировать динамику инфляции в Республике Беларусь за последние годы; отметить как отрицательное, так и положительное влияние инфляции на населения и государство; выявить меры государственной политики, направленные на смягчение последствий инфляции для населения Республики Беларусь.

Инфляция представляет собой процесс обесценивания национальной валюты, что закономерно ведёт к росту цен на большинство товаров и услуг. При этом важно подчеркнуть, что увеличение стоимости продукции не обусловлено улучшением её характеристик. Инфляция возникает из-за превышения количества денег в обращении над объемом товаров и услуг, доступных на рынке. Факторы, вызывающие инфляцию, могут быть разнообразными. Например, увеличение объема денег в обращении без соответствующего роста производства может привести к инфляционному давлению. В Беларуси это может происходить через эмиссию денег для финансирования дефицита бюджета. Также причиной инфляции становится относительно лёгкий доступ к кредитам и низкие процентные ставки по ним. Это может способствовать увеличению потребительских расходов и, соответственно, росту цен. Важным фактором является тот факт, что Республика Беларусь находится в зависимости от импорта энергоносителей и других сырьевых товаров. Увеличение цен на нефть, газ

и другие ресурсы может вызвать рост производственных затрат и, как следствие, цен.

За последние годы Республика Беларусь столкнулась с колебаниями уровня инфляции, что оказывает значительное влияние на экономику страны. В 2021-2023 годах наблюдался рост инфляции, что было связано с многими факторами, включая глобальные экономические условия, изменения цен на нефть и продовольствие. По всему миру наблюдалось увеличение цен на сырьевые товары в глобальной экономике. Это повлияло на стоимость импорта и, соответственно, на цены внутри страны. Последствия пандемии COVID-19 продолжали оказывать давление на экономику, включая нарушения цепочек поставок и изменения в спросе на товары и услуги. Ряд санкций, введенных странами Евросоюза, также негативно сказались на уровне инфляции.

Уровень инфляции в 2021 году составил около 10%, в 2022 году он значительно увеличился и достиг почти 13%, что стало следствием роста цен на основные товары и услуги (рис. 1) [1].



Рисунок 1 – Уровень инфляции в Республике Беларусь в 2021-2025 гг.

Инфляция затрагивает различные социальные группы по-разному. Как правило, повышение заработной платы и пенсионных выплат не успевает за темпом инфляции в стране, в следствие чего наиболее уязвимыми оказываются пенсионеры и люди с фиксированным доходом, которые не могут адаптировать свои расходы в соответствии с ростом цен. Молодежь и рабочий класс также испытывают трудности, так как зарплаты не всегда индексируются в соответствии с уровнем инфляции. Цены на товары и услуги растут, покупательская способность населения снижается. Потребителям становится сложно прогнозировать свои расходы и планировать бюджет. Уровень безработицы может увеличиться, так как предприятия начнут сокращать штат сотрудников для понижения издержек.

Но процесс инфляции может внести и положительные изменения. Да, с одной стороны, возрастает стоимость импортных товаров, но данная ситуация способствует развитию внутреннего производства товаров и услуг, предприниматели могут иметь больше возможностей для адаптации, повышая цены на свою продукцию. Также при умеренном уровне инфляции на рынке возрастает конкуренция, происходит отсеивание

слабых и мелких предприятий и производителей, что даёт преимущество для развития качественного продукта и конкурентоспособных фирм.

В ответ на растущую инфляцию правительство Республики Беларусь внедрило ряд мер, направленных на смягчение ее последствий для населения. К таким мерам относятся следующие.

Индексация социальных выплат и пенсий для поддержки наименее защищенных слоев населения. Также государство поддерживает население различными надбавками к социальным выплатам. Последним из таких мероприятий было увеличение возрастных доплат к пенсиям, Размер этих выплат увеличится на 3,3% [3].

Государственное регулирование цен на товары первой необходимости. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь 29 декабря 2023 г. №713(4) был введен ежемесячный предел изменения отпускных цен производителей: не более 0,3% к предыдущему месяцу на потребительские товары, регулируемые постановлением, и не более 3,5% к аналогичному месяцу прошлого года на продукты, имеющие сезонный характер продаж [4].

Программы по укреплению национальной валюты для снижения внешнеэкономических рисков [5].

Стимулирование производства и развитие внутреннего рынка для снижения зависимости от импорта.

Разработка программ субсидирования для ключевых отраслей (например, сельское хозяйство), чтобы стабилизировать цены на продукты.

Уменьшение налогов для определённых категорий граждан и малых предприятий, чтобы поддержать их финансовое состояние.

Введение программ низкопроцентного кредитования для малых и средних предприятий, чтобы они могли оставаться на плаву и поддерживать занятость.

Просвещение населения о финансовой грамотности и методах борьбы с инфляцией, чтобы помочь людям лучше управлять своими финансами.

В рамках программы просвещения населения о финансовой грамотности Министерством образования Республики Беларусь в школах был введен курс факультативных занятий «Основы финансовой грамотности». Финансовая грамотность среди школьников и молодежи является ключевым инструментом для долгосрочного улучшения государственной финансовой системы, а также эффективной мерой для повышения стандартов жизни и финансовой безопасности как нынешнего, так и будущих поколений граждан [7].

Инфляция в Республике Беларусь представляет собой актуальную проблему, имеющую многогранное влияние на экономику и общество. Несмотря на негативные последствия инфляции, такие как ухудшение жизни уязвимых слоев населения, она может также стимулировать

развитие внутреннего производства и конкуренции. Правительство, в свою очередь, предпринимает шаги для смягчения влияния инфляции. В условиях инфляции важно сохранять баланс между экономическими факторами и мерами социальной защиты, позволяя стране адаптироваться и развиваться в изменяющейся экономической среде. Для предотвращения негативных последствий инфляции необходимо и дальше стимулировать внутреннее производство и поддерживать ключевые сферы производства товаров и услуг в стране, что означает разработку новых программ субсидирования и снижение зависимости от импорта. Важно заниматься просвещением граждан о методах борьбы с инфляцией и управлении финансами, ведь это значительно повысит их финансовую устойчивость. Финансовая грамотность будет способствовать более осознанным действиям граждан, что, в свою очередь, может смягчить инфляционное давление.

Необходимость продолжать изучение инфляции заключается в том, что ежегодные изменения в экономике, политике и глобальных трендах требуют постоянного контроля и адаптации существующих мер. Понимание инфляции и других экономических факторов позволит разрабатывать стратегии, способствующие устойчивому развитию государства и улучшению благосостояния граждан.

Список использованных источников:

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/inflyaciya> – Дата доступа : 21.04.2025.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/article/money/kak-izmenilis-deneznye-dokhody-belorusov-s-nacala-goda-dannye-belstata-36889> – Дата доступа : 15.04.2025.
3. [Электронный ресурс] – Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь – Режим доступа: <https://pravo.by/novosti/obshchestvenno-politicheskie-i-v-oblasti-prava/2025/april/88530/> – Дата доступа : 25.04.2025.
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belta.by/society/view/v-belarusi-izmenilas-sistema-regulirovanija-tsen-607962-2024/> – Дата доступа : 01.01.2024.
5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22000143> – Дата доступа : 12.03.2020.
6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://etalonline.by/document/?regnum=pd1200006> – Дата доступа : 07.05.2012.
7. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://edu.gov.by/urovni-obrazovaniya/srennee-obr/srennee-obr/informatsiya/finansovaya-gramotnost/> – Дата доступа : 07.01.2023.

© Спиридонова Д.Ю., Зезюлина Н.Б., Захваткина В.В., 2025

Стабровский А.И.

*Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского», Москва*

Термин ESG предложен в рамках концепции устойчивого развития, основные положения которой содержатся в докладе «Наше общее будущее», опубликованном в 1987 г.. Под устойчивым развитием в нем понимается «развитие, удовлетворяющее потребности настоящего времени, но не ставящее под угрозу потребность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности» [1]. Сам термин ESG представляет собой акроним от англ. «экология, политика и социальная ответственности». К числу ESG-факторов относят:

факторы окружающей природной среды, в т.ч. истощение природных ресурсов, рост выбросов углерода, скопление отходов производства и потребления, загрязнение атмосферного воздуха и сокращение лесных массивов;

социальные факторы, к числу которых относятся условия труда, его охрана и безопасность, а также взаимоотношения производственных предприятий с местным населением и конечными потребителями;

управленческие факторы, в т.ч. финансовая и налоговая политика, уровень заработных плат высшего руководящего состава, состояние внутреннего контроля и аудита, антикоррупционные меры.

В 1992 г. в ходе конференции ООН по окружающей среде и развитию концепция устойчивого развития впервые получила закрепление в ряде программно-стратегических и международно-правовых актов [2, с. 156]. Дальнейшее развитие принципы ESG получили в утвержденных ООН в 2006 г. Принципах ответственного инвестирования, представляющих собой «совокупность разработанных и принятых для минимизации рисков долгосрочного инвестирования за счет включения социальных, экологических и управленческих факторов в инвестиционные стратегии добровольных принципов» [3, с. 31]. Таким образом, ESG и концепция устойчивого развития трансформировались в глобальный инструмент охраны окружающей природной среды и обеспечения экономического роста. На сегодняшний день к числу основных тенденций развития ESG В.А. Котова и М.И. Середина относят «рост спроса на ESG-инвестирование, внедрении концепции экономики замкнутого цикла и расширение практики применения стандартов корпоративной социальной ответственности» [4, с. 82].

ESG-инвестирование определяется в научной среде как «разновидность социально ответственного инвестирования, при котором

определяющую роль для принятия решения об инвестировании играет вклад той или иной организации в развитие общества» [5, с. 20]. Р. Сисодиа (профессор маркетинга, Bentley University) и Дж. Макки (основатель Whole Foods Market Inc.) определяют ESG-инвестирование как «сознательный капитализм» [6, с. 15].

В свою очередь, под концепцией экономики замкнутого цикла В.А. Денисов понимает «модель производства, основанную на максимально длительном использовании ресурсов со сведением к минимуму отходов и переработкой материалов для их повторного использования в замкнутом цикле» [7, с. 408]. Экономика замкнутого цикла позволяет сократить степень негативного влияния производственной деятельности на окружающую среду за счет сокращения количества отходов производства, в то же время обеспечивая создание новых рабочих мест и внедрение в производственную и деловую практику инновационных технологий. В 2016 г. в Нидерландах утверждена долгосрочной национальной программа экономики замкнутого цикла, предусматривающая возложение на государственные органы обязанности по приобретению товаров, имеющих длительный срок эксплуатации и характеризующихся экологической чистотой с одновременным налогообложением твердых бытовых отходов и оказанием мер финансовой поддержки использующим экологически чистые технологии субъектам малого и среднего предпринимательства. В свою очередь, в Японии принят «Закон о содействии эффективному использованию ресурсов», возлагающий на местные хозяйствующие субъекты обязанность по разработке и реализации мероприятий, направленных на повышение эффективности производства и сокращение тем самым отходов.

Содержание корпоративной социальной ответственности как инструмента ESG определяется Д.Б. Медоузом как «совокупность социальных, этических и экологических обязанностей, которые организации несут перед работниками, акционерами, потребителями и обществом в целом» [8, с. 235]. Внедрение принципов корпоративной социальной ответственности направлено как на сокращение выбросов вредных веществ, так и на реализацию трудовых прав работников, а также вложения в социально значимые предприятия.

В Российской Федерации положения концепции устойчивого развития впервые нашли нормативное закрепление в Указе Президента РФ от 4 февраля 1994 г. №236 [9]. В 1996 г. Указом Президента РФ №440 утверждена Концепция перехода РФ к устойчивому развитию [10]. В 2009 г. 49 государствами, в т.ч. Российской Федерацией подписана «Декларация зеленого роста», а в 2015 г. в рамках «Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 г.» утверждены Цели устойчивого развития. Однако с 2022 г. в связи с ужесточением антироссийских экономических санкций реализация концепции устойчивого развития и применение ESG-

критериев для российской экономики оказались существенно осложнены. Так, Аналитическим центром при Правительстве РФ отмечено, что «уход из Российской Федерации западных систем сертификации повлек невозможность подтверждения легальности происхождения продукции российскими производителями и ее реализации на экологически чувствительных рынках». Одновременно с тем для смягчения негативных последствий экономических санкций принят ряд законов, смягчающих требования к соблюдению российскими предприятиями законодательства об охране окружающей природной среды; в частности, Федеральный закон от 26 марта 2022 г. №71-ФЗ предусматривает перенос срока завершения эксперимента по установлению квот на выбросы загрязняющих веществ, направления заявок на получение комплексных экологических разрешений и расширение количества субъектов РФ, принимающих участие в эксперименте [11]. Существует позиция, в соответствии с которой «мотивация соблюдения ESG-стандартов в условиях разрыва экономических связей утрачивает очевидность, в том числе по причине того, что цели борьбы с изменением климата носят декларативный характер, тогда как фактически наиболее развитые государства преследуют собственные экономические интересы» [12, с. 101].

Вместе с тем практическое значение ESG-факторов подтверждается рядом исследований. В частности, с 1970х по 2020е гг. консалтинговой компанией PricewaterhouseCoopers (PwC) проведено 2000 академических исследований, в ходе 63% из которых была выявлена положительная корреляция между стоимостью публичных компаний и внедрением в ее деятельность ESG; 79% опрошенных в ходе исследований инвесторов указали, что ESG играет значимую роль для принятия решения о вложении средств, поскольку соблюдение соответствующих принципов повышает экономическую эффективность компании. Как отмечает ряд авторов, «полномасштабное участие хозяйствующих субъектов в социально-экономическом развитии территорий позволяет обеспечить безопасность окружающей природной среды, социальное равенство на региональном уровне, а также высокий уровень и качество жизни населения» [13, с. 989]. Соблюдение принципов и стандартов ESG позволяет обеспечить снижение социальных, экологических и управленческих рисков, что является особо значимым для банковских, кредитных, страховых и финансовых организаций, а также иных субъектов финансового рынка.

Ряд исследователей из Европы и США в процессе анализа взаимосвязи между степенью корпоративной социальной ответственности банковских организаций и финансовыми результатами их деятельности пришел к выводу о том, что «финансовые результаты характеризуются наличием тесной положительной связи с показателями корпоративной социальной ответственности» [14, р. 137-159]. Однако наиболее четко выраженным практическим значением ESG-факторы обладают в

экологической сфере. Так, в 6 докладе Межправительственной группы экспертов по изменению климата ООН отмечен рост средней температуры на земле 1850-1900 гг. по настоящее время на 1,09°C, являющееся следствием антропогенного воздействия [15, р. 4-6]. Негативное влияние на климат является причиной роста стихийных бедствий и экстремальных погодных явлений, что обуславливает необходимость разработки и реализации мер, направленных на сокращение выбросов углекислого газа в атмосферу. Проблема изменения климата носит глобальный характер и затрагивает как индивидуальных, так и коллективных и публичных субъектов. Цель создания любой коммерческой организации заключается в получении прибыли, однако ее достижение предполагает необходимость обеспечения устойчивого развития такой организации; устойчивость же организации неразрывно взаимосвязана с устойчивостью общества, в условиях которого она существует, и которая в значительной степени зависит от состояния окружающей природной среды. В научной среде обоснованно отмечается, что «сворачивание принципов ESG, внедренных в практику российских компаний в 2020-2021 гг., экономически не выгодно по причине длительности реализации направленных на соблюдение таких принципов мер и их окупаемости, а также ужесточения требований законодательства».

Изложенное позволяет констатировать, что, несмотря на введение и ужесточение экономических санкций против Российской Федерации и российских коммерческих организаций, в контексте целей экономического роста и сохранения окружающей природной среды ESG приобретает значение основного инструмента достижения соответствующих целей. Как позволяет констатировать анализ результатов ряда зарубежных исследований, ESG-факторы оказывают непосредственное влияние на финансовые результаты деятельности хозяйствующих субъектов. Вместе с тем необходимо учитывать недопустимость смешения таких терминов, как «принципы устойчивого развития», «принципы корпоративной социальной ответственности» и «принципы ответственного инвестирования», а также равнозначность каждого из ESG-факторов, предполагающую недопустимость приоритета одного из факторов в ущерб остальным.

Список использованных источников:

1. Доклад Всемирной комиссии по окружающей среде и развитию «Наше общее будущее». – URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> (дата обращения 20.03.2025)
2. Пасенов А.Н. Концепция устойчивого развития: историко-правовые аспекты // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия «Философия. Социология». – 2017. – №10.

3. Ерохина Т.Б., Хакимова М.Д. Концепция устойчивого развития (ESG) как инструмент для привлечения инвесторов // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2022. – №1.
4. Котова В.А., Середина М.И. ESG-трансформация и устойчивое развитие: современные тенденции // Инновационная наука. – 2024. – №1-2.
5. Вострикова Е.О., Мешкова А.П. ESG-критерии в инвестировании: отечественный и зарубежный опыт // Финансовый журнал. – 2020. – №4.
6. Макки Дж., Сисодиа Р. Сознательный капитализм / Пер.с англ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.
7. Денисов В.А. Основы природопользования и энергосбережения. – М.: Лань, 2018.
8. Медоуз Д.Б. Азбука системного мышления. – М.: 2011.
9. Указ Президента РФ от 04.02.1996 №236 «О государственной стратегии РФ по охране окружающей среды и обеспечению устойчивого развития» (утратил силу) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – №6. – Ст. 436.
10. Указ Президента РФ от 01.04.1996 №440 «О Концепции перехода РФ к устойчивому развитию» // Собрание законодательства РФ. – 1996. – №15. – Ст. 1572.
11. Федеральный Закон РФ от 26.03.2022 №71-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ» // Собрание законодательства РФ. – 2022. – №13. – Ст. 1960.
12. Крашенинников М.В. Актуальность темы ESG в современных условиях // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2023. – №5 (ч.І).
13. Поподько Г.И., Нагаева О.С., Шишацкий Г.Н. Роль крупных компаний в снижении бедности и социального неравенства ресурсного региона // Журнал Северного федерального университета. Серия «Гуманитарные науки». – 2022. – №7.
14. Cornett M.M., Erhemjamtsa O., Tehranian H. Greed or good deeds: An examination of the relation between corporate social responsibility and the financial performance of U.S. commercial banks around the financial crisis // Journal of Banking & Finance. 2016. № 70. P. 137-159.
15. IPCC, 2021: Summary for Policymakers. In: Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [MassonDelmotte, V., P. Zhai, A. Pirani, S.L. Connors, C. Péan, S. Berger, N. Caud, Y. Chen, L. Goldfarb, M.I. Gomis, M. Huang, K. Leitzell, E. Lonnoy, J.B.R. Matthews, T.K. Maycock, T. Waterfield, O. Yelekçi, R. Yu, and B. Zhou (eds.)]. Cambridge University Press. In Press. P.4 – 6.

© Стабровский А.И., 2025

УДК 334.724.012.56

**МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ
В ГОРОДЕ НОРИЛЬСК
НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «БАШНЯ»**

Степанченко А.Е., Кулян Р.А.

Научный руководитель Носкова Е.М.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

«Заполярный государственный университет им. Н.М. Федоровского», Норильск

Некоммерческие организации (далее НКО) играют важную роль в развитии гражданского общества, повышении качества жизни населения и обеспечении социальной стабильности. НКО представляет собой вид организаций, в основе деятельности которых не лежит приобретение и максимизация прибыли, и нет её распределения между членами, входящими в организацию, так как полученная и очищенная от налогов и обязательных платежей прибыль направляется на осуществление основной некоммерческой деятельности. Основная деятельность НКО ориентирована на решение актуальных социальных проблем. Поэтому актуализируются вопросы финансирования и поддержки основной деятельности НКО. Основные задачи НКО включают реализацию проектов и инициатив, целью которых является улучшение качества жизни граждан, охрана окружающей среды, поддержка культурных, научных, образовательных и здравоохранительных инициатив.

Основные цели и направления деятельности НКО включают образование и просвещение; научные исследования и разработки; культурное развитие и сохранение наследия; физическое воспитание и спорт; здравоохранение и охрана здоровья; экологическая защита и охрана окружающей среды; благотворительная деятельность и социальная поддержка.

Эти сферы охватывают широкий спектр важных направлений, включающих поддержку детей и пенсионеров, заботу о животных, сохранение культурного наследия, патриотическое воспитание, развитие трудового потенциала и борьбу с коррупцией.

Правовое регулирование деятельности НКО осуществляется на основании Гражданского кодекса Российской Федерации, а также федеральных законов «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ и «Об общественных объединениях» от 19.05.1995 № 82-ФЗ.

Существуют разные формы поддержки НКО, которые учитывают возможность самостоятельно привлекать финансовые ресурсы некоммерческой организацией и полное отсутствие таковой, например, финансовая поддержка может осуществляться в виде субсидий и грантов.

Имущественная поддержка может выражаться в предоставлении НКО государственного и муниципального имущества во владение и пользование, в том числе на льготных условиях аренды. Также НКО могут получать информационную и консультационную поддержку, например, маркетинговое сопровождение, помощь в подготовке и дополнительном профессиональном образовании работников, налоговые льготы.

По данным с официального сайта города на март 2025 года количество НКО в Норильске продолжает расти (более 100), что говорит о повышении активности общественных объединений, наличие запроса на гражданскую активность и создании благоприятной среды для стабильного развития города [4].

В Норильске меры поддержки для НКО осуществляют:

1. Администрация города Норильска (имущественная и финансовая поддержка). В 2024 году по результатам городского конкурса социальных проектов «Мы – НКО» победителями были признаны 4 организации из 7 участников. В 2025 году количество поданных заявок увеличилось до 13, из которых были определены 4 победителя, получившие финансирование в размере 500 тыс. руб. на реализацию своих проектов.

2. ПАО «ГМК «Норильский никель»» в рамках благотворительной программы «Мир новых возможностей» (с 2025 года программа «Люди территории») (финансовая поддержка) [5]. Победителями конкурса социальных проектов за 2024 год в г. Норильск стали 56 организаций. С 2014 по 2023 на данный конкурс поступило 3242 заявки, из которых было поддержано 855 проектов на сумму 976,5 млн. руб.

3. Фонд целевого капитала «Наш Норильск» (финансовая и информационная поддержка). В рамках программ поддержки долгосрочных социальных инициатив «Основной ресурс» и «Основной ресурс 2.0» в 2021 и 2022 годах прошли конкурсные отборы проектов. По итогам конкурса предоставлена финансовая поддержка на общую сумму 67,5 млн. руб.: 50 млн. руб. в 2021 году и 17,5 млн. руб. в 2022 году.

4. АНО «Агентство развития Норильска» (консультационная поддержка и совместная реализация проектных инициатив) [1].

5. АНО «Консультационный ресурсный центр для некоммерческих организаций и социальных предпринимателей» (информационная и консультационная поддержка).

Рассмотрим подробнее формы поддержки данных субъектов на примере автономной некоммерческой организации «Общественно-культурный центр «Башня» (далее ОКЦ «Башня»).

ОКЦ «Башня» – это первый многофункциональный общественно-культурный центр Норильска, открытый для активного сотрудничества, вовлечения в культурную жизнь и соучастия в проектах, меняющих город к лучшему. Цель создания центра «Башня» в Норильске – сделать его

центром притяжения для горожан и гостей города, независимо от возраста и увлечений [3].

Идея создания ОКЦ «Башня» в 2019 году была предложена Агентством развития Норильска (далее АРН), которое инициировало преобразование помещения № 670, в многоквартирном доме по адресу: Красноярский край, город Норильск, Центральный район, Ленинский проспект, дом 1, в общественно-культурный центр современного формата. Здание является объектом культурного наследия регионального значения. АРН разработало эскизный проект с функциональным зонированием объекта, который после проведения общественного обсуждения был назван «Башня».

Далее, в 2020 году в рамках четырёхстороннего договора, заключённого с МКУ «Управление капитальных ремонтов и строительства» (далее МКУ «УКРиС») в качестве заказчика, были выполнены инженерные изыскания и разработаны проектная и рабочая документация для реставрации и адаптации объекта под современное использование.

В 2022 году были получены специальные технические условия и положительное заключение государственной экспертизы на проект. Проект был передан проектному офису Заполярного филиала ПАО «ГМК «Норильский никель»» для заключения договора на выполнение строительно-монтажных работ, заказчиком которых также выступило МКУ «УКРиС». Агентство развития Норильска, в свою очередь, осуществляет функции куратора проекта [1].

Результат строительно-монтажных работ, а также приобретенную мебель и оборудование для ОКЦ «Башня» планируется пожертвовать муниципалитету решением благотворительного комитета ПАО «ГМК «Норильский никель»».

По данным реестра инвестиционных проектов, реализуемых на территории муниципального образования город Норильск, плановый объем инвестиций для проекта ОКЦ «Башня» составил 1255,4 млн. руб. [6]. Ожидаемые результаты включают общественное пространство как «крытую улицу», состоящее из 7 этажей и одновременное нахождение посетителей 218 человек в день [1].

Инвестиции «Норильского никеля» стали ключевым фактором поддержки и дальнейшей реализации проекта ОКЦ «Башня». Компания предоставила финансовую поддержку для реконструкции объекта культурного наследия и дальнейшего создания современного общественного пространства, которое сделает культурный досуг более доступным для жителей Норильска.

Для ОКЦ «Башня» также меры поддержки включают формирование профессиональной управленческой команды. АРН приняло решение о предварительном подборе квалифицированного управленческого состава

для ОКЦ «Башня». Для повышения профессиональных компетенций специалистов АРН в 2022 году в партнерстве с компанией ООО «Флакон Франшиза» организованы и проведены в форматах online и offline тренинги по программе «Управление общественно-культурным центром «Башня» в городе Норильске», в том числе с посещением успешно функционирующих креативных площадок России в городах Москва, Санкт-Петербург, Красноярск и Казань. С 2024 года подготовлена команда ОКЦ «Башня» и учреждена АНО. Учредителями выступили МО г. Норильск и АРН.

Завершение работ на объекте планируется в 2 квартале 2025 г., предполагается, что к этому моменту будут решены вопросы с организацией функционирования общественно-культурного центра «Башня».

«Финансирование проекта происходит в тесном партнерстве между муниципалитетом, «Норникелем» и АРН. Важно отметить, что «Башня» – лишь один из объектов, который реконструируется на дополнительные средства, выделенные компанией «Норникель», – сказал глава города Норильска Дмитрий Карасев [7].

Реставрация и капитальный ремонт объекта, и формирование материально-технической базы – это первый и наиболее ресурсоемкий этап. «Далее задача созданного ОКЦ «Башня» как оператора пространства, обеспечить его устойчивое функционирование, на реализацию потребуется порядка 80-100 млн. руб. ежегодно» – руководитель ОКЦ «Башня» Чуланова В.В. Так административные расходы, расходы на фонд оплаты труда могут компенсироваться за счет получения доходов от платных услуг и аренды. Имущественный взнос учредителя МО г. Норильск как форма поддержки (помещений 1 этажа), позволит обеспечить стабильные поступления от аренды площадей резидентам. В данный момент ОКЦ «Башня» объявил конкурс предпринимателей, готовых воплотить оригинальные бизнес-концепции на первом этаже нового комплекса, став резидентами проекта. Результаты конкурса будут объявлены после 15 мая 2025 г. Организаторы ждут яркие идеи по созданию кафе с кулинарной студией, детского центра и шоурума локальных брендов. Победителям предложат особые условия аренды, содействие в развитии бизнеса, информационное сопровождение и активные позиции в культурной среде центра.

Социокультурная программа деятельности ОКЦ «Башня» может финансироваться за счет получения грантов и отдельных пожертвований (в т.ч. от учредителей). В данном случае, примером привлечения средств может служить проект «Башня PRO. События», поддержка данного проекта осуществляется Фондом «Наш Норильск», объем финансирования составляет 50,7 млн. руб. Реализация проекта запланирована на период с 1 апреля 2025 года по 31 марта 2027 года. Программа проекта

предусматривает комплексный подход, включающий организационную, информационную и кадровую поддержку, обеспечение необходимыми материальными ресурсами, проведение образовательных мероприятий и формирование активного сообщества участников. Финальная стадия проекта представляет собой форум с презентацией завершенных инициатив и участие в профессиональной конференции в Москве, что предоставит участникам возможность расширить профессиональный кругозор и обменяться опытом с коллегами из различных регионов страны. Эти меры направлены на интеграцию граждан в общественную жизнь, развитие локального культурного пространства и укрепление социальных связей в Норильске [2].

Кроме того, командой центра «Башня», была подана заявка на Городской конкурс социальных проектов «МЫ – НКО». Проект «Инклюзивная со-проектная экспозиция «Хранители Башни» ОКЦ «Башня» направлен на создание инклюзивной экспозиции об истории здания, которая будет создаваться совместно с жителями дома №1 на Ленинском проспекте, жителями Норильска, интересующимися историей родного города. Экспозиция будет доступна для людей с ограничениями по зрению и слуху: все экспонаты можно трогать, этикетаж и экспликации будут переведены на язык Брайля, аудиоматериалы доступны в виде текста. Сумма гранта составила 500 тыс. руб.

Дополнительным источником финансирования уставной деятельности ОКЦ «Башня» могут стать пожертвования учредителя (АРН) и поддержка со стороны градообразующего предприятия.

ОКЦ «Башня» демонстрирует эффективность комплексного подхода к поддержке НКО в городе Норильске. Данный опыт показывает, что упорядочивание и объединение финансовой, информационной, имущественной и организационной поддержки способствует успешному запуску НКО, решению социальных задач и созданию новых общественных пространств (табл. 1).

Таблица 1 – Меры поддержки проекта «Башня»

Мера поддержки	Администрация города Норильск	ПАО «ГМК «Норильский никель»	Агентство развития Норильска	Фонд целевого капитала «Наш Норильск»	Консультационный ресурсный центр
Имущественная поддержка					
Гранты					
Инвестирование					
Информационная поддержка					

Рассмотренный проект иллюстрирует комплексный подход к формированию финансового обеспечения НКО, включая возможности самостоятельного получения дохода. Привлечение имущественной, информационной и финансовой помощи позволяет успешно организовать инвестиционный период и запустить социально значимую для северного города идею «крытой улицы», которая соответствует общественному запросу горожан.

Таким образом, были рассмотрены меры поддержки НКО на примере ОКЦ «Башня», который является успешной интеграцией усилий данных организаций для повышения качества городской среды и укрепления социального капитала.

Список использованных источников:

1. Агентство развития Норильска: официальный сайт. – Н.. – Обновляется в течение суток. - URL: <https://arnorilsk.ru/direction/razvitiye-turizma> (дата обращения: 05.05.2025)

2. АНО "Башня" // Фонд целевого капитала "Наш Норильск": электрон. рес., 2025. - URL: <https://nashnorilsk.ru/tpost/hskub64ry1-ano-bashnya> (дата обращения: 05.05.2025)

3. Башня общественно-культурный центр: официальный сайт. - Н.. - URL: <https://bashnya.vercel.app/> (дата обращения: 05.05.2025)

4. Количество некоммерческих организаций в Норильске продолжает расти, на сегодня в городе их насчитывается более 100 // Лента новостей Норильска: электрон. рес., 2025. - URL: <https://norilsk-news.ru/society/2025/03/25/30050.html?ysclid=ma3skw0c6272263129> (дата обращения: 05.05.2025)

5. Мир новых возможностей: официальный сайт. - Н. - URL: <https://nncharity.ru/> (дата обращения: 05.05.2025)

6. Реестр инвестиционных проектов, реализуемых (планируемых к реализации) на территории муниципального образования город Норильск: сайт / Администрация города Норильска. - URL: https://норильск.рф/investment_politics/files/invest_projects.pdf (дата обращения: 05.05.2025)

7. Сколова, М. Мы хотим максимально сохранить дух и энергетику этого здания // Норильский Телеграф: электрон. рес., 2023. - URL: <https://www.ttelegraf.ru/news/my-hotim-maksimalno-sohranit-duh-i-energetiku-etogo-zdaniya/?ysclid=ma3nc9h31e918071024> (дата обращения: 05.05.2025)

© Степанченко А.Е., Кулян Р.А., 2025

УДК 658.5

ВЛИЯНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Стерхова А.А.

Научный руководитель Горский А.А.

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

В условиях глобальной конкуренции и динамичных изменений в экономической среде предприятия постоянно совершенствуют свои

методы управления. Искусственный интеллект (ИИ) обеспечивает новые инструменты и решения для эффективного управления предприятием в условиях неопределенности и быстро меняющихся требований рынка (табл. 1) [1].

Таблица 1 – Этапы развития искусственного интеллекта

Периоды развития	Характеристика
Нейрон и нейронные сети (1950 г.)	Он связан с появлением первых машин последовательного действий для решения задач сугубо вычислительного характера.
Эвристический поиск (1960 г.)	В «интеллект» машины добавились механизмы поиска, сортировки, простейшие операции по обобщению информации. Это стало новой точкой отсчета в развитии и понимании задач автоматизации деятельности человека
Представление знаний (1970 г.)	Учеными была осознана важность знаний для синтеза интересных алгоритмов решения задач.
Обучающие машины (1980 г.)	Четвертый этап развития ИИ стал прорывным. С появлением экспертных систем в мире начался принципиально новый этап развития интеллектуальных технологий.
Автоматизированные и обрабатывающие сети (1990 г.)	Усложнение систем связи и решаемых задач потребовало качественно нового уровня «интеллектуальности» обеспечивающих программных систем.
Робототехника (2000 г.)	Область применения роботов достаточно широка и простирается от автономных газонокосилок и пылесосов до современных образцов военной и космической техники.
Сингулярность (2008 – настоящее время)	Создание искусственного интеллекта и самовоспроизводящихся машин, интеграция человека с вычислительными машинами, либо значительное скачкообразное увеличение возможностей человеческого мозга за счёт биотехнологий.

Современный бизнес стремительно меняется под воздействием цифровых технологий, и искусственный интеллект играет в этом ключевую роль. Автоматизация процессов, предиктивная аналитика, чат-боты и умные алгоритмы уже сегодня трансформируют методы управления компаниями. Внедрение искусственного интеллекта позволяет оптимизировать затраты, повысить точность решений и ускорить бизнес-процессы [2]. Однако наряду с преимуществами возникают и новые вызовы: этические вопросы, необходимость переобучения персонала и риски кибербезопасности.

Одно из главных преимуществ искусственного интеллекта в управлении – это снижение нагрузки на сотрудников за счет автоматизации рутинных задач [3]. Например, системы на основе машинного обучения анализируют договоры, счета и отчеты, сокращая время на проверку. В финансовой сфере искусственный интеллект прогнозирует кассовые разрывы, оптимизирует расходы и выявляет аномалии в транзакциях. HR-процессы также претерпевают изменения: алгоритмы отбирают резюме, проводят первичные собеседования и даже оценивают вовлеченность сотрудников.

Компании, внедрившие такие решения, экономят до 30% времени менеджеров, позволяя им сосредоточиться на стратегических задачах.

Раньше принятие управленческих решений основывалось на интуиции и ограниченной статистике. Сегодня искусственный интеллект обрабатывает огромные массивы данных, выявляя скрытые закономерности.

1. Прогнозирование спроса – нейросети учитывают сезонность, тренды и внешние факторы (например, курс валют), повышая точность планов.

2. Маркетинговые решения – системы анализируют поведение клиентов, подбирая персонализированные предложения (как в Amazon или Netflix).

3. Управление рисками – банки и страховые компании используют искусственный интеллект для оценки кредитоспособности и выявления мошенничества.

По данным McKinsey, внедрение предиктивной аналитики увеличивает прибыль компаний на 10-15% [4].

Искусственный интеллект меняет взаимодействие с клиентами, делая его быстрее и удобнее. Чат-боты и голосовые помощники (например, ChatGPT, Google Dialogflow) решают до 80% типовых запросов без участия операторов, что существенно сокращает затраты на поддержку. Также рекомендательные системы повышают средний чек, предлагая сопутствующие товары (как у AliExpress или Spotify). Существует анализ отзывов, который выявляет недовольных клиентов, позволяя вовремя исправить ошибки. Это не только сокращает затраты на поддержку, но и повышает лояльность аудитории.

В сфере управления персоналом ИИ предлагает инновационные решения. Современные алгоритмы не только отбирают резюме, но и оценивают «soft skills» и культурное соответствие кандидата. Процессы адаптации и обучения стали более эффективными благодаря индивидуальным программам развития, создаваемым платформами на основе искусственного интеллекта. Системы контроля продуктивности анализируют активность сотрудников, помогая предотвращать профессиональное выгорание. Однако важно соблюдать баланс, так как чрезмерный мониторинг может привести к снижению доверия в коллективе.

Наиболее перспективным направлением представляется использование ИИ для стратегического управления. Современные алгоритмы способны моделировать различные сценарии развития бизнеса, учитывая сотни переменных – от макроэкономических показателей до настроений потребителей. Это позволяет руководителям принимать обоснованные решения в условиях неопределенности. Например, розничные сети используют ИИ для оптимизации ассортимента в конкретных точках продаж, а производственные предприятия – для балансировки цепочек поставок в условиях санкций и ограничений.

Несмотря на очевидные преимущества, использование искусственного интеллекта в управлении сопряжено с определенными рисками и ограничениями [5]. Высокая стоимость внедрения требует значительных инвестиций не только в инфраструктуру, но и в обучение персонала. Алгоритмы искусственного интеллекта могут давать ошибочные результаты. Киберугрозы представляют собой еще одну серьезную проблему, поскольку хакерские атаки на ИИ-системы могут

остановить работу всей компании. Кроме того, остается открытым этический вопрос о границе между оптимизацией бизнес-процессов и вторжением в личное пространство сотрудников и клиентов.

Искусственный интеллект уже стал неотъемлемой частью современного управления предприятиями, предлагая инструменты для автоматизации, аналитики и работы с клиентами. Однако его внедрение требует продуманной стратегии: важно не только внедрять технологии, но и обучать сотрудников, корректировать алгоритмы и учитывать этические нормы. Компании, которые смогут грамотно интегрировать искусственный интеллект в свои бизнес-процессы, получат значительное конкурентное преимущество в ближайшие годы. Ключевыми факторами успеха станут сбалансированный подход к автоматизации, внимание к человеческому фактору и постоянная адаптация к развивающимся технологиям.

Список использованных источников:

1. Искусственный интеллект в системе управления предприятием: эволюция, инновации и перспективы // Первое экономическое издательство. <https://1economic.ru/lib/121944> (дата обращения: 08.05.2025).

2. Брюс П. Искусственный интеллект в бизнесе. – М.: Альпина Паблишер, 2023. – 356 с.

3. Искусственный интеллект // Институт статистических исследований и экономики знаний. <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/997580043.pdf> (дата обращения: 08.05.2025).

4. McKinsey Global Institute. "The State of AI in 2023" [Электронный ресурс]. – 2023. – <https://www.mckinsey.com/mgi/our-research/the-state-of-ai-in-2023> (дата обращения: 08.05.2025).

5. Как искусственный интеллект служит государству // РБК Отрасли <https://www.rbc.ru/industries/news/680f4a1b9a7947f3fd62bb99> (дата обращения: 08.05.2025).

© Стерхова А.А., 2025

УДК 338.22

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ТВОРЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Судакова Д.А., Яковенко А.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт
кино и телевидения», Санкт-Петербург*

В современном мире общество все чаще задумывается над развитием творческих индустрий. Люди выбирают быть самозанятым, индивидуальными предпринимателями, работать на себя, а не на кого-то,

тем самым удовлетворяя потребность в самореализации. Таким образом, общество развивается всестороннее, закрывая потребность в духовном развитии. Проведение досуга становится не только интересным, но и полезным благодаря мастер-классам, выставкам, арт пространствам. В статье мы бы хотели рассмотреть особенности развития малого предпринимательства в этой культурно-творческой сфере.

Вклад креативных индустрий в ВВП России, по результатам исследования АСИ, в 2021 году составил примерно 6 трлн. рублей, что равняется около 4,87% (рис. 1). Лидерами по вкладу креативных индустрий в экономику являются мегаполисы Москва и Санкт-Петербург, а также Тюменская, Калининградская, Новосибирская, Костромская, Ярославская, Ульяновская области, и в том числе Республика Татарстан [1].



Рисунок 1 – Условное соотношение доли занятых интеллектуальным и творческим трудом в России в различных отраслях экономики [2, с. 7]

Творческие (креативные) индустрии – сферы деятельности, в которых индивидуальные предприниматели, организации, объединения благодаря культурной и творческой активности и инициативности создают товары и услуги, наделенные экономической ценностью для общества [3].

В соответствии с концепцией развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки до 2030 года, которая была утверждена распоряжением Правительства РФ от 20.09.2021, к творческим индустриям относятся:

«Индустрии, связанные с использованием историко-культурного наследия (музейная деятельность, народные и художественные промыслы и ремесла);

Прикладные креативные индустрии (архитектура, мода, промышленный дизайн);

Индустрии, которые основаны на искусстве (театр, живопись, музыка, кино, деятельность галерей);

Современные медиа и производство медиаконтента (блогерство, средства массовой информации, реклама, печатное дело, кино-, видео-, фото- и аудио- обработка, разработка программного обеспечения)» [4].

Есть несколько причин, почему важно развивать творческие (креативные) индустрии: «Улучшается качество жизни населения путем удовлетворения духовных и социальных потребностей; повышается

туристический потенциал регионов; благоустраиваются города, регионы; развиваются другие секторы экономики (общественные услуги, логистика, транспорт, спорт, уличная торговля)» [1].

Несмотря на востребованность и необходимость развития творческих (креативных) индустрий, возникают следующие сложности в их реализации.

На этапе создания бизнес-плана возникает первая проблема – финансирование. Инвесторы зачастую отказывают финансировать мелкие проекты, которые только недавно оформились, поскольку новая творческая (креативная) разработка – всегда большой риск, где нет устойчивости и четкого понимания и прогноза окупаемости вложенных ресурсов.

Согласно Указу Президента РФ от 21 июля 2020 г. №474 «О национальных целях развития РФ на период до 2030 г.» поддержка малого и среднего предпринимательства является одним из приоритетных направлений экономической сферы государства [4]. Поэтому государство может выделять гранты на реализацию креативных проектов, создавать налоговые льготы (льготные кредиты, субсидии).

Большое количество стартапов, которые получили финансирование, все равно оказываются неуспешными, поскольку не было сформировано четкой цели, сроков и механизмов реализации. Здесь важно придумать инновационную идею, которая будет интересна потребителю или новый подход, новое видение того, что уже было придумано.

Несмотря на новизну идеи, творческий (креативный) проект может подвергаться конкуренции, поскольку есть более крупные предприниматели, которые в творческой нише уже давно и имеют свою клиентскую базу. Здесь важна реклама и пиар, возможность размещения своего контента, услуг в Интернете и соцсетях. По средствам Интернета малый предприниматель может объединяться с другими производителями, заниматься взаимовыгодным сотрудничеством, что упрощает пиар-процесс среди новой аудитории.

Возникает новая проблема – защита интеллектуальной собственности. Если не наложить авторское право на свои идеи, услуги и продукты и выложить контент в Интернет, то найдутся пользователи, которые удачно присвоят это себе. Таким образом, необходимо малому предпринимателю ознакомиться с Гражданским кодексом РФ ч.4 с разделом 6 (права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации).

Вследствие развития малый бизнес расширяется, соответственно у предпринимателя становится больше и выручки, и связей, и производимых товаров и услуг. Отсюда возникает еще одна проблема – поиск новых сотрудников с большим творческим потенциалом, с креативным видением

мира, инициативностью, которые будут способны создавать новые инновационные продукты.

Творческую команду нужно будет контролировать, потому что большинство творческих людей – неорганизованные. Нужно найти человека, менеджера, который будет регулировать взаимоотношения между сотрудниками, чтобы предотвратить конфликтные ситуации. Менеджер должен знать основы психологии, чтобы мотивационно действовать на творческое объединение, стать для него лидером. Также нужно настроить взаимодействие не только внутри команды, но и с клиентами, с представителями других ниш для сотрудничества.

Подводя итоги, творческие (креативные) индустрии востребованы в нашей стране. Развитие малого бизнеса в культурной и творческой сфере поддерживается государством. Результаты интеллектуальной собственности являются экономической ценностью для общества, что составляют значительную долю ВВП в РФ. Но существуют некоторые нюансы, которые нужно учитывать, для тех, кто хочет развиваться в данной нише. Например, большая конкуренция, защита авторского права, инновационность идей, реклама и продвижение товаров и услуг.

Список использованных источников:

1. «Как креативные индустрии влияют на развитие российских регионов» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/64d4cfee9a79470ed4fa36ea> (дата обращения: 11.05.2025)

2. Журавлёва Т., Токарев И., Ярмошук Я. Сносить нельзя ревитализировать. Практическое руководство по созданию креативного кластера, Изд-во ООО «Флакон Икс», 2019.- 111 с.

3. «Креативные индустрии: что это такое?» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/education/kreativnye-industrii-cto-eto-takoe/> (дата обращения: 11.05.2025)

4. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/402745784/> (дата обращения: 11.05.2025)

© Судакова Д.А., Яковенко А.А., 2025

ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ СФЕРЫ СЕРВИСА

Султанова А.Р.

Научный руководитель Политова Р.В.

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

Невозможно представить современную жизнь без сферы услуг. Транспортные, медицинские, образовательные, юридические – рынок переполнен предложением самых разнообразных услуг, доступных потребителю в любое время суток. Предприниматели сервисных организаций ежедневно сталкиваются с вызовами конкурентной среды, которая подталкивает их к разработке уникальных идей по формированию клиентской лояльности.

По мнению американского исследователя, создателя индекса потребительской лояльности, Фреда Райхельда, потребительская лояльность – это степень приверженности покупателя к определенному бренду или компании. Лояльный клиент не только сам многократно совершает покупки, но и рекомендует продукцию или услуги компании знакомым. Экономист утверждает, что повышение уровня удержания потребителей на 5% способствует росту прибыли компании от 25 до 100% [1, с. 127].

Ключевым фактором лояльности является доверие клиента к компании, ее продукту и деятельности. Доверие в данном случае служит фундаментом построения отношений между покупателем и продавцом, поэтому задача предпринимателя – продемонстрировать открытость, честность, надежность и последовательность. Достижение цели осуществляется посредством прозрачной коммуникации, предоставления качественного сервиса и наиболее точного удовлетворения потребности клиента [2].

Лояльные клиенты являются самым ценным активом компании, они напрямую влияют на увеличение ее прибыли. Однако удерживать покупателей бывает сложно, особенно в оптовой торговле, где ключевыми факторами являются закупочная цена за необходимое количество товара и качество востребованной продукции. Чтобы иметь возможность привлекать постоянных клиентов и подчеркивать важность компании, необходимо инвестировать как в финансы, так и в человеческие ресурсы, которые обеспечат лучшее качество продукции и услуг, соответствующих ожиданиям и потребностям клиентов [3].

Главное в формировании лояльности к компании – построение прочных отношений с клиентами. Достижению этой цели способствует активное взаимодействие с потребителями, сотрудники организации должны прислушиваться к их отзывам и решать проблемы. Вовлеченные клиенты с большей вероятностью продолжают обращаться за услугами, приобретут дополнительные продукты и порекомендуют другим организацию. Они также поделятся своим опытом взаимодействия с компанией и предоставят ценную обратную связь, что поможет улучшить общее качество обслуживания клиентов. Заинтересованные клиенты с большей вероятностью будут следить за компанией в социальных сетях и на других онлайн-платформах, делиться контентом и участвовать в мероприятиях и рекламных акциях. Это может помочь сотрудникам предприятия охватить более широкую аудиторию и привлечь новых потенциальных клиентов [2].

Лояльность к услугам чаще проявляется у клиентов сервисных организаций, чем потребителей материальных продуктов, поскольку в сфере обслуживания лояльность в большей степени зависит от развития межличностных отношений. Хотя существует множество способов построения отношений с клиентами, стоит отметить, что влияние предполагаемого риска также больше в случае предоставления услуг, чем при продаже товарной продукции [3]. Как и во многих отношениях, для возникновения чувства важности компании в жизни потребителя, важна взаимность. Постоянное подкрепление значимости клиента для компании достигается путем проявления заботы организации о нем.

С учетом необходимости приобретения лояльных клиентов, рассмотрим основные инструменты формирования приверженности к компании, которые отражают также актуальность диверсификации усилий по достижению лояльности.

Первый инструмент – разработка, формирование и продвижение уникального предложения, от которого потенциальный или постоянный клиент не может отказаться. Востребованная услуга должна сопровождаться дополнительными сопутствующими услугами, отсутствующими у ближайших конкурентов при соответствующей рекламной поддержке, аргументирующей выбор компании для обращения потребителей [4].

Второй инструмент – обеспечение наивысшего качества предоставления услуги. Сотрудники компании сферы услуг должны обладать наивысшей степенью профессионализма и навыками, обеспечивающими не только безопасность предоставления услуги, но и желаемый для клиента результат. Это создает надежность и репутацию организации сферы сервиса, а также является ее конкурентным преимуществом [3].

Третий инструмент – виртуальная работа с аудиторией. Социальные сети и медиа-платформы стали актуальными способами по привлечению и удержанию потребителей. С их помощью происходит взаимодействие с клиентами, обмен информацией о достижениях компании, предлагаемых услугах, мероприятиях, новинках и акциях, а также предоставление предпродажного и послепродажного сервиса. Сюда же можно отнести создание сообщества вокруг компании, с помощью которого любой пользователь может делиться своим опытом, выражать пожелания и искать единомышленников. Все это будет влиять на лояльность клиента к организации, его доверие и расположение к ней [2].

Среди других инструментов можно выделить предоставление абонементов, клубных и подарочных карт постоянным посетителям, использование набора дополнительных услуг, которые можно включить за отдельную стоимость в выбранный тариф, обеспечение бесперебойной и постоянной коммуникации с клиентами и иные способы привлечения и удержания целевой аудитории [4].

Итак, лояльность клиентов сферы обслуживания – важнейшая составляющая бизнеса. Предприниматели, способные создать эмоциональную связь с потребителем, значительно повышают конкурентоспособность организации и ее значимость на рынке. Инвестируя в стратегии по удержанию клиентов, предприниматель не только формирует лояльное сообщество, но и завоевывает репутацию, увеличивая прибыль постоянно растущей компании.

Список использованных источников:

1. Скоробогатых И.И., Сидорчук Р.Р., Андреев С.Н. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности – Москва: ИНФРА-М. – 2024. – 589 с.
2. Rane N., Achari A., Choudhary S.P. Enhancing customer loyalty through quality of service: Effective strategies to improve customer satisfaction, experience, relationship, and engagement // Vivekanand Education Society's College Of Architecture (Vescoa). – 2023. – 24 с.
3. Budianto A. Customer Loyalty: Quality of Service // Journal of Management Review – 2019. – № 21(4). – 6 с.
4. Диянова С.Н. Маркетинговые инструменты для формирования лояльности покупателей // Российское предпринимательство. – 2012. – №19. – 5 с.

© Султанова А.Р., 2025

ФИНАНСОВОЕ ПРОСВЕЩЕНИЕ И ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ

Султрекова М.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования*

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

Финансовое просвещение и грамотность приобретают все большее значение в современных экономических реалиях. В России и во всем мире уровень финансовой грамотности населения напрямую влияет на качество жизни, финансовую стабильность и общее экономическое развитие.

Финансовая грамотность включает в себя набор знаний, умений и навыков, которые позволяют принимать обоснованные финансовые решения и сохранять стабильное финансовое положение, как для частных лиц, так и для бизнеса.

К ключевым аспектам финансовой грамотности относятся: умение эффективно разрабатывать личный и корпоративный бюджет, а также устанавливать достижимые финансовые цели; понимание функционирования различных финансовых инструментов, продуктов и структуры финансовых рынков; осознание рисков, связанных с инвестициями, и способность грамотно ими управлять; знание прав потребителей финансовых услуг и способность защищать себя от мошеннических действий, особенно в условиях цифровой среды и онлайн-технологий [4].

На студенческой платформе «Твой Ход» был проведен опрос, посвященный финансовой грамотности среди студентов и сотрудников. В опросе приняло участие 2155 человек (рис. 1-3).

Таким образом, исходя из представленных диаграмм, можно сделать следующие выводы. Сотрудники образовательных учреждений оценивают свой уровень финансовой грамотности выше, чем студенты: 44% сотрудников отметили высокий уровень, в то время как 37% учащихся указали на средний. Однако подавляющее большинство как сотрудников (91%), так и студентов (87%) заинтересованы в повышении своей финансовой грамотности. Наиболее важными темами для изучения как для сотрудников, так и для студентов являются: начало инвестирования, открытие собственного бизнеса и заработок на фондовом рынке.

Для повышения финансовой грамотности в России проводится финансовое просвещение среди граждан. Оно направлено на улучшение уровня финансовых знаний, что позволяет людям увереннее себя чувствовать в современном мире.

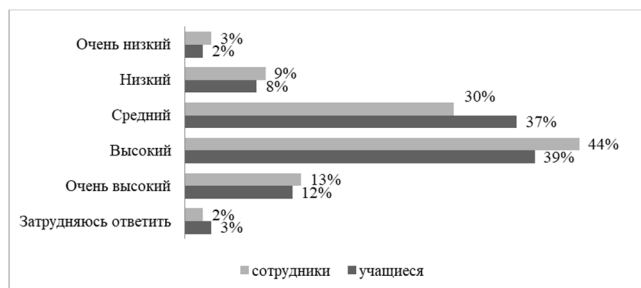


Рисунок 1 – Оцените уровень своей финансовой грамотности по 5-балльной шкале [2].

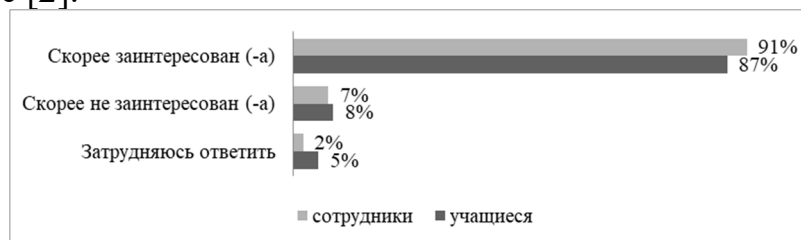


Рисунок 2 – Заинтересованы ли Вы в повышении уровня своей финансовой грамотности? [2]



Рисунок 3 – Укажите, по каким из следующих тем Вы бы хотели получать информацию о финансах и финансовой грамотности в первую очередь [2].

В России важную роль в развитии финансовой грамотности общества играют инициативы, запущенные негосударственными частными и юридическими лицами. Рассмотрим несколько из наиболее заметных проектов.

«Центр финансовой грамотности» представляет собой платформу для просвещения пользователей цифровых финансовых услуг. Она предоставляет пространство для проведения встреч экспертов в финансовой области, лекционных, практических и других мероприятий, посвященных просвещению в финансовой сфере.

Проект Банка России – ресурс Fincult.info – ориентирован на повышение финансовой культуры населения. Финансовая культура охватывает не только теоретические знания, но и практические навыки: ответственное распоряжение средствами и эффективное планирование личного бюджета. Её развитие имеет ключевое значение для стабильности страны и благополучия граждан. Платформа предоставляет контент, понятный самой широкой аудитории, с ясными разъяснениями типичных финансовых вызовов. Специально для тех, кто сам занимается обучением,

предусмотрен выделенный раздел для педагогов и волонтеров в сфере финансового просвещения.

Российская экономическая школа открыла онлайн-площадку для улучшения финансовой грамотности граждан. Ресурс предоставляет как теорию, так и практику по управлению личными финансами, применяя эффективный микс учебных и развлекательных подходов.

Онлайн-ресурс «Хочу. Могу. Знаю», разработанный под эгидой Роспотребнадзора, полностью сфокусирован на правах потребителей финансовых услуг и их защитных механизмах. Он предоставляет доступ к актуальной информации, представленной в различных форматах. Кроме того, пользователи могут пройти интерактивные тесты и ознакомиться с материалами, адаптированными для школьников. Этот проект был осуществлен как часть инициативы Министерства финансов России и Всемирного банка.

Ассоциация развития финансовой грамотности инициирует и организует проект «Дни финансовой грамотности в учебных заведениях», получая при этом поддержку от ключевых ведомств и организаций [1].

Помимо уже упомянутых инициатив, Банк России активно работает над повышением финансовой грамотности населения. Эта деятельность направлена на то, чтобы люди могли уверенно разбираться в финансовых вопросах, выбирать нужные услуги и защищать свои интересы от мошенников. Регулятор вносит вклад в разработку и модернизацию образовательных материалов для системы образования (школ и вузов), организует различные форматы взаимодействия, такие как вебинары и встречи, а также готовит информационные видео и обучающие игры.

Помимо традиционных подходов, Банк России активно использует современные и разнообразные форматы для обучения финансовой грамотности населения. Молодежи доступны подкасты, информация в социальных сетях и контент от популярных финансовых блогеров, с которыми сотрудничает регулятор. Для пожилых граждан организованы онлайн-занятия «PensionFG» и личные встречи, проводимые на различных площадках – от городских мероприятий до центров соцобслуживания, библиотек и почтовых отделений. В проведении этих мероприятий активно участвуют волонтеры, подготовленные Банком России, включая студентов, почтальонов, социальных работников и пенсионеров с опытом работы в сфере финансов. Для людей с ограниченными возможностями здоровья разработаны специальные адаптивные материалы, такие как аудиолекции, видео на жестовом языке, книги и брошюры со шрифтом Брайля.

Чтобы предотвратить типичные финансовые промахи в будущем, Банк России призывает знакомить с финансовой грамотностью с детства. Сегодня эта дисциплина является неотъемлемой частью образовательных программ всех российских школ. Учащиеся осваивают ее как в рамках

обязательных предметов (обществознание, информатика, математика, окружающий мир, ОБЖ), так и на факультативах или внеклассных мероприятиях. Высокой востребованностью среди школьников и педагогов пользуются такие инициативы регулятора, как Всероссийский онлайн-зачет и специализированные онлайн-уроки.

Запущенная в 2023 году серия вебинаров «Финтрек» предлагает студентам прямой диалог с представителями Банка России, финансовыми экспертами и учеными. В этих онлайн-сессиях участники получают возможность исследовать мир финансов с учетом психологических аспектов, поведенческой экономики и технологических инноваций. Особую ценность представляют инсайты и актуальные данные, выходящие за рамки традиционных учебных материалов [3].

Развитие финансовой грамотности в школах, колледжах и вузах сопровождается проведением конкурсов и олимпиад для учащихся. Среди наиболее известных – олимпиада по финансовой грамотности на платформе «Содружество» (для школьников и студентов) и олимпиада от МГУ им. М.В. Ломоносова, ориентированная на студентов старших курсов.

Нельзя обойти вниманием волонтеров финансового просвещения, которые активно работают в большинстве регионов России. В нашем университете также функционирует клуб волонтеров финансового просвещения «Финансы 360».

Миссия клуба заключается в просветительской работе, направленной на повышение финансовой грамотности, развитие финансовой культуры и борьбу с финансовыми преступлениями. Клуб осуществляет свою деятельность по нескольким ключевым векторам:

- наращивание потенциала волонтерской деятельности для распространения финансовых знаний;

- популяризация идей финансового просвещения, поддержка отечественного потребления и налаживание партнерских связей для обмена опытом и знаниями в этой области;

- проведение комплекса просветительских мероприятий по данной тематике;

- оказание поддержки и содействие развитию молодежных инициатив, ориентированных на формирование финансовой культуры общества;

- обеспечение условий для совместной деятельности студентов и преподавателей в данной области.

Уровень финансовой грамотности среди студентов и сотрудников образовательных учреждений демонстрирует заметную неоднородность. Тем не менее, значительная часть этой аудитории выражает активный интерес к ее совершенствованию. В ответ на эту потребность в России активно развиваются многочисленные проекты по повышению финансовой грамотности, включающие как государственные, так и

частные инициативы. В числе наиболее известных – онлайн-платформа «Центр финансовой грамотности», ресурс Fincult.info Банка России, образовательный портал РЭШ и сайт «Могу. Хочу. Знаю». Эти ресурсы предоставляют доступ к информации и инструментам для освоения финансовых знаний, способствуя формированию ответственного финансового поведения и повышению общей финансовой культуры населения.

Список использованных источников:

1. Николаева, А. Ю. Финансовое просвещение различных категорий потребителей цифровых финансовых услуг на онлайн-платформах / А. Ю. Николаева, Л. И. Николаева. – Текст: непосредственный // Юный ученый. – 2020. – № 5 (35). – С. 32-33. – URL: <https://moluch.ru/young/archive/35/2049/> (дата обращения: 02.05.2025).

2. Результаты опроса «Финансовый iq» // Твой ход URL: <file:///C:/Users/Мария/Desktop/Исследования%20для%20статей/Финансовый%20IQ.pdf> (дата обращения: 26.04.2025).

3. Финансовая грамотность // ЦБР.ру URL: https://cbr.ru/protection_rights/finprosvet/ (дата обращения: 01.05.2025).

4. Финансовая грамотность предпринимателя // Сбербанк.ру URL: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro_business/finansovaya-gramotnost-predprinimatelya (дата обращения: 01.05.2025).

© Султрекова М.А., 2025

УДК 658.562.012.7

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ И ПРОДУКЦИИ

Тараскина П.А.

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

Качество товаров и услуг напрямую определяет репутацию компании и уровень доверия клиентов. Высокое качество способствует увеличению продаж, снижению затрат на возврат и исправление дефектов, а также формированию положительного имиджа бренда. В нынешних условиях, когда потребители становятся всё более требовательными, компании, которые не уделяют должного внимания качеству, рискуют потерять клиентов и утратить свои конкурентные преимущества [1]. Именно с целью развития конкурентных преимуществ на рынке и удовлетворения потребностей клиентов компании внедряют стратегии повышения качества.

Прежде чем приступить к разработке стратегий повышения качества, необходимо провести детальный анализ целевой аудитории. Важно

выявить потенциальных клиентов и определить их потребности и ожидания. Этот этап является основополагающим для дальнейшего планирования и реализации маркетинговых мероприятий. Исследование целевой аудитории можно проводить путем опросов, анализов отзывов и комментариев в сети интернет. Это позволит получить ценную информацию о потребностях и предпочтениях клиентов.

В рамках стратегии повышения качества предлагается рассмотреть ряд ключевых подходов, которые демонстрируют свою эффективность в практике управления качеством на международном уровне.

Во-первых, целесообразно внедрение систем управления качеством, соответствующих международным стандартам, таким как ISO 9001. Данный стандарт позволяет формализовать и структурировать бизнес-процессы, установить четкую систему критериев для оценки качества и обеспечить непрерывное совершенствование производственных и управленческих процессов. Система не только способствует стандартизации деятельности, но и формирует корпоративную культуру, ориентированную на постоянное улучшение качества продукции и услуг.

Во-вторых, необходимо акцентировать внимание на инвестициях в обучение и развитие персонала. Профессиональная подготовка сотрудников является ключевым фактором в обеспечении высокого уровня качества [2]. Регулярные тренинги, семинары и программы наставничества способствуют формированию компетентной и мотивированной команды, способной эффективно решать сложные задачи и генерировать инновационные решения, что, в свою очередь, положительно сказывается на качестве продукции и услуг.

Третьим важным аспектом является сбор и анализ обратной связи от клиентов. Регулярное получение отзывов и мнений потребителей позволяет выявлять проблемные зоны и разрабатывать меры по их устранению. Внедрение систем обратной связи, таких как опросы и фокус-группы, предоставляет предприятиям ценную информацию о потребностях и ожиданиях целевой аудитории, что способствует более точной адаптации продуктов и услуг к рыночным требованиям.

Вдобавок, следует рассмотреть возможности внедрения инноваций и передовых технологий. Современные технологические решения, такие как автоматизация производственных процессов, использование инновационных материалов и цифровых технологий, позволяют существенно повысить качество продукции и снизить вероятность возникновения дефектов. Внедрение этих технологий на всех этапах производственного цикла способствует оптимизации контроля качества и повышению общей эффективности деятельности предприятия.

Ключевыми элементами в системе управления качеством являются регулярный мониторинг и анализ показателей качества. Данные элементы позволяют не только контролировать текущий уровень, но и выявлять

тенденции, оценивать эффективность внедренных мер и демонстрировать достигнутые результаты. В данном контексте важно акцентировать внимание на следующих аспектах.

Ключевые показатели эффективности (KPI). Определение и внедрение системы ключевых показателей эффективности является фундаментальным этапом в процессе мониторинга качества. KPI должны быть четко сформулированы, измеримы и соотноситься с целями организации. Они служат индикаторами прогресса и позволяют количественно оценить результаты усилий по улучшению качества.

Регулярная отчетность. Подготовка регулярных отчетов о показателях качества является неотъемлемой частью системы управления. Отчеты должны быть систематическими, структурированными и содержать анализ текущих данных, а также прогнозы на будущее. Представление отчетов руководству и сотрудникам способствует повышению осведомленности о текущем состоянии и стимулирует активное участие в процессах улучшения.

Визуализация данных. Использование визуальных инструментов, таких как графики, диаграммы и инфографика, является эффективным способом представления данных о качестве. Визуализация позволяет быстро и наглядно интерпретировать сложные данные, выявляя тренды и закономерности, которые могут быть неочевидны при анализе табличных данных.

Прозрачность. Обеспечение прозрачности в отношении результатов мониторинга и отчетности является важным принципом. Прозрачность способствует доверию со стороны всех заинтересованных сторон и создает условия для конструктивного диалога. Важно не скрывать неудачи, а рассматривать их как ценные источники информации для анализа и разработки корректирующих мер.

Меры по улучшению качества позволяют выявлять и устранять потенциальные проблемы на ранних стадиях, предотвращая серьезные дефекты и связанные с ними затраты [3]. Оптимизация процессов и улучшение качества управления ресурсами способствуют более эффективному использованию сырья, энергии и других ресурсов, что также снижает издержки производства. Автоматизация и улучшение качества процессов позволяют сократить потребность в ручном труде, снижая затраты на персонал. Также улучшение качества способствует увеличению объема продаж. Высокое качество привлекает большее количество клиентов и стимулирует повторные покупки, что, в свою очередь, приводит к росту выручки. А премиальное ценообразование, основанное на высоком качестве, позволяет устанавливать более высокие цены, увеличивая маржинальность продукции и услуг.

Вдобавок, компании, предлагающие более качественную продукцию и услуги, имеют больше шансов на успех в конкурентной борьбе, что

также повышает их капитализацию. Инвесторы более охотно вкладывают средства в компании, которые демонстрируют стабильные показатели качества и постоянное стремление к совершенствованию. Таким образом, повышение качества становится важным фактором повышения инвестиционной привлекательности предприятия.

Повышение качества услуг и продукции – это долгосрочный процесс, требующий постоянных усилий и приверженности со стороны всех сотрудников компании.

Список использованных источников:

1. Окрепилов, В.В. Управление качеством: учебник для вузов / В.В. Окрепилов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Экономика, 1998. - 639 с.

2. Дульцев Д.О. Обучение персонала – ключевой процесс в системе менеджмента качества предприятия [Текст] / Дульцев Д.О. // Экономика и социум. – 2022. – № 3. – С. 94.

3. Азгальдов, Г.Г. Теория и практика оценки качества товаров (основы квалиметрии) / Г.Г. Азгальдов. - М.: Экономика, 1982. - 256 с.

© Тараскина П.А., 2025

УДК 338.1

АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ И ОЦЕНКА ИХ ВЛИЯНИЯ НА РАЗМЕРЫ ПРОИЗВОДСТВА

Панин С.И., Татьяна Д.С., Кравченко Е.А.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Воронежский государственный аграрный университет
имени императора Петра I», Воронеж*

Одним из важнейших инструментов является экономический анализ, который позволяет оценить эффективность деятельности предприятия, выявить возможные проблемы и перспективы его развития [1].

В данной статье представлен экономический анализ деятельности одного из крупнейших предприятий региона – акционерного общества «Путь Ленина» Аннинский район, Воронежская область. Мы рассматриваем ключевые показатели деятельности компании, анализируем финансовое положение и эффективность использования ресурсов. Это поможет выявить сильные и слабые стороны предприятия [2].

Анализ динамики размеров производства (табл. 1) показал положительные тенденции в развитии предприятия в 2021-2023 годах.

В 2023 году стоимость валовой продукции снова увеличилась до 341680, что свидетельствует о восстановлении или росте после временного спада в 2022 году. Несмотря на временное снижение в 2022 году, в 2023 году наблюдается положительная динамика, что может указывать на

стабилизацию или даже улучшение производственных процессов и рыночных условий.

Таблица 1 – Динамика размеров производства за 2021-2023 гг.

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Темп роста 2023г. к 2021 г., %
Стоимость валовой продукции	320635	228524	341680	106,6
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	364581,5	398648,5	433010,5	118,8
Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.	243239	245463	292 101	120,1
Амортизационные отчисления, тыс. руб.	193432	204336	223686	115,6
Среднегодовая численность работников, чел.	98	88	91	92,9
Фонд оплаты труда, тыс. руб.	55233192	47165184	57358392	103,8
Производительность труда на одного работника в год, тыс. руб.	3127,2	2806,9	4060,9	129,9

Стоимость основных средств увеличилась на 18,8%, что свидетельствует о расширении материально-технической базы предприятия. Объем оборотных средств увеличился на 20,1%, что также свидетельствует об увеличении объемов производства.

Износ увеличился на 15,6%, что является естественным результатом увеличения стоимости основных средств. В то же время темпы роста износа ниже, чем у основных средств, что может свидетельствовать о вводе в эксплуатацию нового, более эффективного оборудования.

Численность сотрудников сократилась на 7,1%, что может быть связано с оптимизацией персонала или автоматизацией производственного процесса. В то же время производительность труда выросла на 29,9%, что свидетельствует об эффективности организационных изменений.

Фонд заработной платы увеличится в 2021 году по сравнению с 2023 годом на 3,8%. При этом рост заработной платы происходит медленнее, чем рост производительности труда, что является положительным фактором с точки зрения эффективности труда.

Для более глубокого изучения причин изменений финансовых показателей мы предлагаем проанализировать данные табл. 2.

Таблица 2 – Динамика финансовых результатов за 2021-2023 годы

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Темп роста 2023г. к 2021 г., %
Выручка, тыс. руб.	306463	247005	369538	120,6
Себестоимость продаж, тыс. руб.	230928	201515	262988	113,9
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	75535	45490	106550	141,1
Прочие доходы, тыс. руб.	6705	2644	13190	196,7
Прочие расходы, тыс. руб.	9560	9979	14620	152,9
Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб.	73551	38514	106289	144,5
Рентабельность продаж, %	31,9	19,1	40,4	-

Анализ финансовых результатов АО «Путь Ленина» за 2021-2023 годы показывает положительную динамику роста. Выручка компании увеличилась по сравнению с 2021 годом на 20,6%. В то же время себестоимость продаж росла более медленными темпами (на 13,9%), что привело к значительному улучшению всех показателей прибыли (на 41,1 – 44,5%).

Компания продемонстрировала свою способность эффективно управлять затратами и повышать рентабельность своего бизнеса, что является важным показателем финансовой стабильности и возможности дальнейшего развития [3].

Таблица 3 – Экономическая эффективность использования оборотных средств в АО «Путь Ленина»

Показатели	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2023г. к 2021 г., %
Чистая прибыль, тыс. руб.	72017	36417	105547	146,6
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	1,3	1,0	1,3	100,4
Длительность одного оборота, дни	285,7	357,8	284,6	99,6
Коэффициент загрузки оборотных средств	0,8	1,0	0,8	99,6
Рентабельность оборотных средств, %	29,6	14,8	36,1	122,0

Основным показателем эффективности стала чистая прибыль, которая по сравнению с 2021 годом увеличилась на 46,6% (табл. 3). Это свидетельствует о способности повышать эффективность бизнеса и получать прибыль.

Оборачиваемость оборотных средств показывает стабильную динамику (1,0-1,3 оборота). Длительность 1 оборота сократилась на 73,2 дня, что является положительным фактором.

Коэффициент загрузки оборотных средств находится на приемлемом уровне, возвращаясь к показателю 2021 года (0,8), что свидетельствует о рациональном использовании оборотных средств компании.

Но самый впечатляющий рост показала рентабельность оборотных средств – увеличение по сравнению с 2021 годом составило 22%. Это свидетельствует о значительном повышении эффективности использования оборотных средств в производственном процессе.

Чтобы проанализировать динамику изменения стоимости проданной продукции, важно учитывать, как изменения количества проданных товаров, так и изменения их цен [4]. Рассчитаем стоимость реализованной продукции по трем видам товаров: пшеница, молоко и прирост живой массы молодняка крупного рогатого скота. На основе данных о количестве проданной продукции и ценах на продукцию (табл. 4) мы рассчитаем изменения стоимости продукции, а также индивидуальные индексы цен и объема продаж.

Таблица 4 – Количество и цена реализованной продукции

Наименование продукции	Количество реализованной продукции, тыс. ц		Цена 1 ц реализованной продукции, руб.	
	2022 год (q0)	2023 год (q1)	2022 год (p0)	2023 год (p1)
Зерно	41,8	61,1	857,0	699,2
Молоко	111,9	137,7	2207,2	2683,3
Прирост ж/м КРС	16,5	18,2	15001,2	20334,7

В отчетном году наблюдается общий рост выручки по всем трем видам товаров, что подтверждается увеличением объемов продаж и ростом цен на продукцию (табл. 5).

Таблица 5 – Анализ реализации продукции сельскохозяйственного предприятия

Виды продукции	Стоимость реализованной продукции тыс. руб.			Индивидуальные индексы, %		
	2022 год (p0q0)	условная (p0q1)	2023 год (p1q1)	цен (ip)	количества реализованной продукции (iq)	выручки (ipq)
Зерно	35822,6	52362,7	42721,1	81,6	146,2	119,3
Молоко	246985,7	303931,4	369490,4	121,6	123,1	149,6
Прирост ж/м КРС	247519,8	273021,8	370091,5	135,6	110,3	149,5
Итого	530328,1	629316,0	782303,1	x	x	x

Анализ показал положительную динамику по всем видам продукции. Наибольшую долю занимают молоко и прирост живой массы КРС.

Выручка от продаж зерна увеличилась на 19,3%. В том числе, за счет увеличения количества реализованного зерна выручка возросла на 46,2%. За счет уменьшения цены реализации 1 ц зерна выручка сократилась на 18,4%.

Выручка от продаж молока выросла на 49,6%. В этом случае рост обусловлен как увеличением объема продаж (на 23%), так и значительным ростом цен (на 21,6%).

Выручка от реализации прироста ж/м КРС выросла на 49,5%, что также обусловлено увеличением объема продаж (на 10,3%) и ростом цен (на 35,6%).

Рассмотрим общее изменение выручки от реализации по трем видам продукции:

Относительное: $I_{pq} = \Sigma p_1 q_1 / \Sigma p_0 q_0 = 782303,1 / 530328,1 = 1,48\%$

Абсолютное: $\Delta p q = \Sigma p_1 q_1 - \Sigma p_0 q_0 = 251975,0$ тыс. руб.

Выручка в целом по трем видам продукции выросла 47,5% или 251975 тыс. руб. Два фактора оказывают влияние на общее изменение выручки: изменение количества реализованной продукции и изменение цены реализации. Рассмотрим влияние первого фактора:

Относительное: $I_{pq(p)} = \Sigma p_0 q_1 / \Sigma p_0 q_0 = 628863,7 / 529832,6 = 1,19$ или 118,7%.

Абсолютное: $\Delta p q(p) = 98987,9$ (тыс. руб.). Увеличение объемов продаж привело к росту выручки на 18,7%, или на 98987,9 тыс. рублей. Влияние второго фактора:

Относительное: $I_{pq(p)} = \Sigma p_1 q_1 / \Sigma p_0 q_1 = 781693,8 / 628863,7 = 1,24$ или 124,3%. Абсолютное: $\Delta p q(p) = 152987,1$ тыс. руб. Следовательно, за счет увеличения цены реализации продукции выручка в отчетном году по сравнению с базисным увеличилась на 24,3% или на 152987,1 тыс. руб.

Подводя итог, отметим, что АО «Путь Ленина» развивается и повышает эффективность своей деятельности, о чем свидетельствуют как финансовые показатели, так и показатели использования оборотных средств.

Если рассматривать сильные и слабые стороны предприятия, то можно выделить следующее. Сильные стороны. 1. Высокая рентабельность. Рентабельность продаж составляет 40,4% в 2023 году. 2. Эффективное управление оборотными активами. Длительность 1 оборота сокращается на 73,2 дня. 3. Хорошая платежеспособность. Высокий коэффициент текущей ликвидности (6,2). Слабые стороны компании. 1. Значительное увеличение прочих расходов. Темпы их роста выше темпов роста показателей прибыли. 2. Сокращение персонала на 7 человек.

АО «Путь Ленина» демонстрирует высокую операционную эффективность и стабильное финансовое положение. В целом, предприятие показывает значительное превосходство над

среднеотраслевыми показателями и имеет потенциал для дальнейшего развития. Финансовое состояние организации значительно лучше среднего как по отрасли, так и по Российской Федерации в целом.

Список использованных источников:

1. Фридман, А. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / А.М. Фридман. – Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2024. – 264 с. – (Среднее профессиональное образование). – DOI: <https://doi.org/10.29039/1791-3>. – ISBN 978-5-369-01791-3. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2135361> (дата обращения: 07.03.2025).

2. Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник для среднего профессионального образования / Г. В. Шадрина, К. В. Голубничий. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2025. – 463 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-16888-4. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/562439> (дата обращения: 05.03.2025).

3. Панина, Е.Б. Изучение влияния финансовых результатов на уровень платежеспособности аграрных формирований Воронежской области / Е.Б. Панина, С.И. Панин, С.А. Комарова, О.А. Иньякова // Современное состояние и организационно-экономические проблемы развития АПК: материалы национальной научно-практической конференции, посвященной 90-летию со дня рождения профессора Загайтова И.Б. (Россия, Воронеж, 18-19 сентября 2024 г.). – Воронеж: ФГБОУ ВО Воронежский ГАУ, 2024. – С. 229 – 236.

4. Панина, Е.Б. Теоретические и практические аспекты анализа финансовых результатов аграрных формирований Воронежской области / Е.Б. Панина, Л.А. Шишкина, А.Н. Кожухова // Тенденции развития технических средств и технологий в АПК: Материалы международной научно-практической конференции. – Воронеж, 2023. – С. 458-466.

© Панин С.И., Татьяна Д.С., Кравченко Е.А., 2025

УДК 339.138

ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ НЕЙРОМАРКЕТИНГА

Терентьева Д.Г.

Научный руководитель Гранкина С.В.

*Автономная некоммерческая организация высшего образования
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка», Самара*

В последнее время многолетняя наука, передовые технологии и комплексный менеджмент пришли к единому мнению, что исследователи и маркетологи могут соотнести науку с маркетингом. Нейромаркетинг

является важным достижением в области понимания того, как подсознание помогает потребителю принимать решения [1].

Маркетологи умело привлекают покупателей к своему продукту. Для этого были проведены новаторские исследования в различных областях изучения человеческого мозга. Нейробиологи внедряют инновации в технологии, и область нейронауки активно развивается. На поведение потребителей воздействуют творчески, чтобы привлечь их к желаемому продукту. Ожидается, что маркетологи будут активно использовать нейромаркетинг по мере роста знаний о нём. Считается, что нейромаркетинг позволит получить более точные представления о психологических реакциях людей на эти стимулы и, следовательно, об их действиях в ситуациях покупки, поскольку люди не всегда могут точно и недвусмысленно выразить свои чувства и мысли.

Рассмотрим сущность данной науки. Говоря о классическом нейромаркетинге, нельзя не упомянуть, что за последние годы проникновение нейробиологии в маркетинг приобрело всё большую популярность. Появление зарождающейся ещё в десятых годах XXI века науки вызвало широкомасштабные и продолжающиеся споры о том, какие преимущества она даёт [2].

Стоит отметить, что термин «нейронаука», хотя и регулярно используется в этой области, является слишком широким для изучения поведения потребителей. Основное и критическое различие заключается в том, что «потребительскую нейронауку» следует понимать, как научное изучение биологических основ когнитивных и аффективных процессов, лежащих в основе потребительского поведения. Она относится к первым академическим исследованиям на стыке неврологии, психологии и маркетинга. Нейромаркетинг отражает интерес практиков и широкой публики к нейрофизиологическим инструментам, таким как отслеживание движения глаз, кожная проводимость, электроэнцефалография (ЭЭГ) и функциональный магнитный поиск [3].

В последние годы нейромаркетингу дают следующее более обширное определение: это коммерческий корпоративный управленческий инструмент, использующий психологические модели сенсомоторных, когнитивных и аффективных реакций человека для исследования маркетинговых стимулов потребителя [4].

В качестве примера работы классического нейромаркетинга можно привести эксперимент, проведённый компанией Pepsi - Pepsi Challenge.

Компания Pepsi провела масштабные слепые дегустации по всей территории США. Жители могли принять участие в эксперименте, посетив практически любой магазин и, не видя упаковки, определить, какой из напитков Pepsi или Coca-Cola, внешне похожих друг на друга, обладает более приятным вкусом. Результаты тестирования показали значительное преимущество Pepsi, однако этот успех не привёл к существенному

изменению её позиций на рынке. Люди также часто выбирали Pepsi в слепы тестирования, как часто выбирали Coca-Cola, зная о том, что именно они пробовали. В данном случае на выбор испытуемых влияла эмоциональная привязанность. Данный эксперимент доказывает ограниченную рациональность потребителя.

Помимо классического нейромаркетинга существует также его более продвинутая версия – концепция наджинга [5]. Концепция наджинга – самая современная репрезентация нейромаркетинга, выходящая за рамки простого анализа. Её главная задача – воздействовать на принятие решений человеком и, посредством моделирования ситуации выбора, оказывать влияние на его поведение, побуждая к конкретным действиям. В отличие от классического нейромаркетинга, который исследует и работает с готовым материалом, наджинг моделирует реальную жизнь так, чтобы изменять её в свою пользу. К плюсам наджинга в отношении классического нейромаркетинга можно отнести: более объективный подход к измерению (использование датчиков, фокус-групп, тестов и т.д.) [6]; использование меньшего количества людей для проведения тестирований; позволяет исследовать процесс во время всего пользования продукта (например, просмотра рекламы) [7]; возможность с каждым разом улучшать методику, поскольку существуют метрики, которые можно варьировать и адаптировать для дальнейших исследований; возможность совершенствования традиционных методов, дополняя методами нейромаркетинговых исследований, которые уже проводятся.

Примером использования наджинга может послужить тестирование рекламного ролика, снятого Конгресс-бюро Москвы для размещения на вставке в Ганновере. Данный рекламный ролик должен был показывать, насколько Москва подходящая площадка для проведения больших конгрессов. По реакции респондентов, которая была определена при помощи инструментов наджинга, удалось выявить две части ролика, на которые эмоциональный отклик был самым маленьким. Первая неудачная часть содержала в себе изображение С.С. Собянина. Это объяснялось следующим – поскольку ему предшествовали виды Москвы с красивой графикой, с объяснением, почему Москва – отличное место, то есть шла красивая динамичная картинка, которая резко поменялась на статичную с изображением человека, которого иностранцы не знают, а после шел длинный не очень интересный текст. Второй неудачной частью можно назвать вставку с технопарком в Сколково. Несмотря на то, что визуально всё выглядело неплохо, динамичный монтаж, рассказы про то, какое это инновационное место, реакция на данную часть ролика была весьма неоднозначной. Разница между теми кадрами, на которые была зафиксирована плохая реакция и теми, на которые хорошая, заключалась в том, что положительно реагировали на натуральные фотосъёмки, а отрицательно на 3d-рендеры. У человека происходил диссонанс между тем,

что позиционируется в ролике: «Сколково – кладезь инноваций», и показом 3d-рендеров, которые наталкивают на мысли: «Рассказ идёт о том, что уже изобрели? Тогда покажите фотографии. Или это только планируется, поэтому 3d-рендеры? Но ведь написано, что уже изобрели».

Таким образом, до недавнего времени учёным и практикам маркетинга приходилось полагаться на то, что им рассказывали или на то, за чем они наблюдали лично (например, самоотчёты и поведенческие показатели), а не на то, что происходит в чьей-то голове (то есть на мозговую и нейронную активность) [8]. Появление нейробиологических методов обещает помочь маркетинговому сообществу преодолеть этот последний барьер, выделяя процессы, которые могут показаться идентичными или в целом сходными, используя информацию о мозге и нейронной активности. Нейромаркетинг открывает новые инновационные возможности в маркетинге [9]. Исследуя внутреннюю работу человеческого мозга и расшифровывая её для разработки эффективных маркетинговых стратегий, нейромаркетинг предлагает новое понимание, которое может стать основой успешных компаний в будущем.

Список использованных источников:

1. Гранкина, С. В. Аспекты развития AL-маркетинга в цифровой экономике / С. В. Гранкина, Н. А. Крючкова // Экономика и предпринимательство. – 2025. – № 4(177). – С. 1293-1296.

2. Neuromarketing: Towards a better understanding of consumer behavior, June 2014. Optimization Volume 6, Number 1(ISSN no. 0974-0988):52-62
//
https://www.researchgate.net/publication/272823068_Neuromarketing_Towards_a_better_understanding_of_consumer_behavior

3. Гранкина, С. В. Инструменты цифрового маркетинга как основа формирования универсального профиля UDPID / С. В. Гранкина, Н. А. Крючкова // Экономика и предпринимательство. – 2024. – № 6(167). – С. 1388-1391.

4. Нейромаркетинг: почему все люди врут и это нормально? // <https://vk.com/away.php?to=https%3A%2F%2Fshare.boom.ru%2Faudiobook%2F7664&utf=1>

5. Kryuchkova, N. A. Modern Digital Marketing Trends / N. A. Kryuchkova, S. V. Grankina // Proceedings of the XI International Scientific Conference "Digital Transformation of the Economy: Challenges, Trends and New Opportunities" (ISCDTE 2024), Samara, 24–25 мая 2024 года. Vol. 1063-2. – Cham, 2024. – P. 71-77.

6. Kryuchkova, N. A. Retail Trade Development in National Economic Conditions / N. A. Kryuchkova, S. V. Grankina // Proceedings of the 2nd International Conference Engineering Innovations and Sustainable Development, Самара, 20–21 апреля 2023 года. Vol. 378. – Самара: Springer Cham, 2023. – P. 419-425.

7. Гранкина, С. В. Инновации в системе продаж предприятия / С. В. Гранкина, Е. А. Поляшова // Приоритетные и перспективные направления научно-технического развития Российской Федерации : материалы VI Всероссийской научно-практической конференции, Москва, 01–02 марта 2023 года / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Государственный университет управления. Том Выпуск 2. – Москва: Государственный университет управления, 2023. – С. 18-20.

8. Demystifying neuromarketing. Journal of Business Research. Volume 91, October 2018, Pages 205-220 // <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296318302716>

9. Neuromarketing: The Future Of Marketing Strategy. By Amine Bentahar, Former Forbes Councils Member, Jul 13, 2023 // <https://www.forbes.com/councils/forbesagencycouncil/2023/07/13/neuromarketing-the-future-of-marketing-strategy/>

© Терентьева Д.Г., 2025

УДК 004.8

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Тешко В.В.

Научный руководитель Турбан Г.В.

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

В современном научном пространстве все чаще обсуждаются вопросы искусственного интеллекта (ИИ), который является важным показателем развития цифровой экономики. Соответственно возникает множество рисков и перспектив применения ИИ. В связи с этим наблюдается тенденция к более детальному изучению по применению и внедрению ИИ в Республике Беларусь в различные сферы экономики, финансов, здравоохранения, образования, государственного управления.

Особое внимание при применении ИИ отводится нормативно-правовой базе, регулирующей основы данной цифровой технологии. Однако в Республике Беларусь нет отдельного Закона, который бы отражал всю сущность ИИ, тем не менее в настоящее время к ключевому документу, который затрагивает ИИ, относится Декрет № 8 «О развитии цифровой экономики» от 21 декабря 2017 года.

В соответствии с Декретом № 8 специальным правовым режимом обладает Парк высоких технологий, который имеет право на осуществление деятельности в сфере искусственного интеллекта, создания систем беспилотного управления транспортными средствами. Декрет направлен на развитие инновационной сферы и цифровой экономики, включая поддержку IT-образования и подготовку специалистов в области

ИИ [1, 2]. ИИ – одно из приоритетных направлений развития страны, что отражено в таком стратегическом документе как «Наука и технологии: 2018-2040». Данный тезис подтверждает тот факт, что ИИ показательная сфера, которую необходимо развивать не только на законодательном уровне, но и на «внутреннем», то есть за счет грамотного и поступательного внедрения в различные сферы (экономика, образование, здравоохранение и т.д.). ИИ – инструмент, который позволяет создавать и укреплять позиции на международном уровне. Мы уверены, для того чтобы быть конкурентоспособным, необходимо идти по траектории инноваций.

Отметим, что важным шагом в области регулирования ИИ является разработка проекта модельного закона «О технологиях искусственного интеллекта». Этот законопроект призван создать единую терминологию и принципы применения ИИ для стран Содружества, который не будет противоречить национальному законодательству стран. Мы полагаем, реализация законопроекта позволит закрепить основные положения по применению ИИ, повлияет на обмен опытом по использованию ИИ в странах СНГ, а также поможет контролировать риски.

Исходя из законодательства, можем отметить, что для эффективного применения ИИ в Республике Беларусь недостаточно Декрета, законопроекта, необходимо разработать отдельный закон, который бы всячески регулировал ИИ внутри государства.

Как указывалось ранее, ИИ внедряется в сферу экономики, финансов, здравоохранения, образования. В Республике Беларусь функционирует такая платформа, как Belai.by, предназначенная для регистрации и развития ИИ-проектов. Эта удобная платформа для апробации идей и будущего внедрения в рассматриваемые сферы. Например, ИИ в сфере образования. Сообщество в сфере образования состоит из лаборатории математической кибернетики, где и происходят разработки. Основные методы исследования: 1. Метод оптимизации, включает дискретную оптимизацию, теорию расписаний и календарное планирование, комбинаторную оптимизацию, экстремальные задачи на графах и сетях, методы оценки сложности комбинаторных задач. 2. Обработка цифровых изображений дистанционного зондирования Земли. 3. Анализ медицинских изображений для диагностики и планирования операций. 4. Методы анализа последовательностей и структурных биологических данных [3]. На цифровой платформе существуют 7 лабораторий, которые занимаются исследованиями в области ИИ, это лаборатория робототехнических систем, лаборатория математической кибернетики, лаборатория высокопроизводительных систем, лаборатория обработки и распознавания изображений, лаборатория анализа биомедицинских изображений, лаборатория распознавания и синтеза речи, лаборатория информационно-аналитических систем.

Исходя из вышеизложенной информации, мы обращаем внимание, что платформа Belai.by помогает объединить исследователей, образовательные учреждения для совместного развития ИИ в стране, развивать сотрудничество между промышленным, научным и бизнес-сектором, студентам приобрести необходимые компетенции для дальнейшего применения в рабочей деятельности, обеспечивать диалог для разработчиков из Республики Беларусь и стран СНГ.

Сельское хозяйство также подвергается постепенному, но уверенному внедрению ИИ, сокращая затраты и упрощая работу специалистов. Основными направлениями использования ИИ в сельском хозяйстве относятся внедрение систем точного земледелия, реализация цифровых карт полей, организация мониторинга состояния животных без участия человека. Например, внедрение систем точного земледелия помогает повысить экономический эффект за счет снижения затрат на ресурсы и увеличивать урожайность за счет подробного анализа земли, отметим, техника «Гомсельмаш» оснащена такими системами. Мониторинг состояния животных помогает анализировать состояния скота, но необходимо учитывать возможные недостатки, такие как сбои системы, поэтому важно проверять систему на небольших организациях, чтобы не нести высокие потери. Однако мы можем утверждать, все перечисленное несет в себе преимуществ развивая и модернизирую отрасль народного хозяйства.

Республика Беларусь идет по цифровому пути развития, мы видим, что перспектива развития ИИ в стране во многом определяется уровнем международного сотрудничества. На сегодняшний день Республика Беларусь имеет тесное партнерство с Российской Федерацией.

Два государства сотрудничают в области стандартизации технологий ИИ. Как отмечал Александр Погодин, «БелГИСС особенно заинтересован в сотрудничестве по стандартизации технологий ИИ. При техническом комитете по стандартизации Республики Беларусь ТК ВУ 38 "Цифровая трансформация" планируется создать подкомитет, который займется вопросами стандартизации именно в этой сфере. С Национальной академией наук Беларуси прорабатываются вопросы разработки государственных стандартов на основе международных стандартов в сфере ИИ. Поэтому опыт российских коллег для нас очень актуален» [4]. Эти слова отражают заинтересованность и важность в сотрудничестве с российскими коллегами для обмена научно-техническим опытом, знаниями. При этом опыт Российской Федерации является важным инструментом для формирования эффективной системы стандартов.

Кроме того, что ИИ – это шаг в будущее, существуют риски, которые необходимо учитывать при применении ИИ. Во-первых, необходимо поступательное внедрение ИИ, резкое изменение в области ИИ может привести к непониманию со стороны граждан, поэтому необходимо

создать надежный иммунитет, способный защитить человека и предотвратить угрозы различного характера. Во-вторых, социальные проблемы, которые коснутся тех специальностей, которые могут исчезнуть после внедрения ИИ. Кроме этого, сразу же возрастут требования к специалистам в связи с быстро меняющейся средой. Так как дальнейшее развитие ИИ задает курс аналитическим компетенциям, необходимо грамотно подойти к кадровому составу и в случае изменений осуществить подготовку и переподготовку специалистов. В-третьих, риск информационной безопасности и киберугрозы, важно создавать надежные системы для предотвращения угроз, внедрять законодательную базу, которая бы регламентировала этот аспект, повышать правовую грамотность населения.

Таким образом, ИИ – ключевой элемент трансформации всех сфер деятельности. Поступательное развитие ИИ поможет Республике Беларусь выйти на новый уровень и зарекомендовать себя на внешних контурах как конкурентоспособное государство.

Список использованных источников:

1. О развитии цифровой экономики : Декрет Президента Респ. Беларусь от 21 дек. 2017 г. № 8 : с изм. и доп. от 18 марта 2021 г. № 1 // ЭТАЛОН : информ.-поисковая система (дата обращения: 10.05.2025).

2. Декрет о развитии цифровой экономики вступает в силу 28 марта // БЕЛТА. – URL: <https://belta.by/economics/view/dekret-o-razvitii-tsifrovoj-ekonomiki-vstupayet-v-silu-28-marta-296028-2018/> (дата обращения: 10.05.2025).

3. Лаборатория математической кибернетики // Belai.by. – URL: <https://belai.by/ru/community/laboratoriya-matematicheskoy-kibernetiki/> (дата обращения: 10.05.2025).

4. Беларусь и Россия намерены сотрудничать в стандартизации технологий искусственного интеллекта // БЕЛТА. – URL: <https://belta.by/society/view/belarus-i-rossija-namereny-sotrudnichat-v-standartizatsii-tehnologij-iskusstvennogo-intellekta-677681-2024/> (дата обращения: 11.05.2025).

© Тешко В.В., 2025

РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ В СОВРЕМЕННОЙ МИКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Тимофеева В.А., Лавров И.В.

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

На сегодняшний день в экономической литературе существует множество различных подходов к определению понятия риск. Риск и неопределенность – понятия, неразрывно связанные друг с другом.

Неопределенность – это невозможность определить, то есть придать строго фиксированный смысл чему-либо [1]. Существует 4 разных вида неопределенности [1]: неопределенность среды (1-го рода) – это ситуация, при которой при принятии решений недостаточно информации о факторах среды, возможные внешние и внутренние изменения являются труднопредсказуемыми; неопределенность принятия решений (2-го рода) – ситуация, при которой для принятия решения не хватает вводных данных; неопределенность последствий принятых решений (3-го рода) – ситуация, при которой предсказать тот или иной результат становится проблематично; вариационная неопределенность связана с изменением параметров и условий функционирования организационно-экономической системы, или иначе «правил игры», где известная неопределенность среды, принятия решений и их последствий принимает совсем иные черты (4-го рода).

Неопределенность является причиной возникновения риска. Неопределенность порождает риск неэффективного управления бизнесом. Например, решение об инвестициях, которое ранее признали экономически обоснованным, перестаёт быть таковым. Причин этому может быть множество: ухудшение конъюнктуры рынка; снижение фактической выручки по сравнению с плановой; рост затрат и т.д. [1].

Таким образом, первостепенной задачей управления рисками и финансами является борьба с неопределенностью в той или иной мере.

На сегодняшнее время исследование риск-менеджмента в реальном секторе экономики является особенно актуальным в силу огромного количества факторов, влияющих на бизнес-среду.

В разных сферах проявления характер риска (потерь) разный. В экономической сфере наиболее измеряемые потери носят финансовый и имущественный характер [2].

Теория управления рисками в современном обществе достаточно развита, довольно часто управление рисками сопряжено с теорией вероятности [2]. Например, риски на финансовом рынке или рынке ценных

бумаг часто оценивают при помощи математических моделей, которые основаны на теории вероятности. Применение данного подхода в данном случае становится возможным вследствие значительного количества предшествующих событий, связанных с колебаниями курсов ценных бумаг или финансового инструмента. В качестве примеров оценки риска можно привести теории Марковица, Шарпа и другие, в основе которых лежат математические модели, которые позволяют определить уровень риска того или иного актива для инвестора. Кроме того, управление рисками в данной сфере сопровождается диверсификацией активов, таким образом происходит минимизация рисков в совокупности взятых объектов. Основным объектом управления являются финансовые потоки [2].

В реальном секторе предпринимательства, в сравнении с финансовым, характер управленческих решений и спектр зон ответственности, в рамках которых эти решения принимаются значительно шире [2]. Вероятностный подход не совсем применим для реального сектора предпринимательства, так как данный подход к управлению рисками предполагает погружение в математические расчеты и отвлечение от реальных событий и процессов, которые также необходимо учитывать при оценке и управлении рисками. Кроме того, отвлечение от таких реальных событий может дать обратный отрицательный эффект при управлении рисками.

«Возможностный» подход – это подход, который позволяет решить вышеописанную проблему. Отличие данного подхода заключается в том, что следует делать акцент не на количественной оценке вероятности возникновения рискового события в той или иной сфере проявления, а на оценке возможности избежать или предотвратить рисковое событие или на уменьшении самого риска, если события невозможно избежать. Но полностью исключить неопределенность невозможно, значит, вероятность рискового события сохраняется.

В современной экономике риски подразделяют на низкие, средние и высокие. Вероятность возникновения подобных рисков соответственно до 30%, от 30-50%, выше 50%. При этом риски подразделяют на группы такие как, инвестиционные, коммерческие, производственные, финансовые, налоговые и другие. Уровень инвестиционных рисков зависит от уровня ликвидности объектов инвестирования, продолжительности инвестиционного периода и т.д. Уровень коммерческих рисков зависит от отрасли и вида бизнеса и, следовательно, от качества комплекса маркетинга. Налоговые риски зависят от организации документооборота на предприятии и порядка ведения учета в компании. Производственные риски (риски недопроизводства и удорожания себестоимости) зависят от качества организации труда и производства на каждом конкретном производстве [2].

Таким образом, для качественного управления рисками в современном обществе вероятностные методы должны применяться в комплексе с организационно-структурными методами, которые определяют поведенческие реакции менеджмента на возможные рисковые события [3, с. 146]. Обстоятельства, которые являются для компаний неблагоприятными, риски которых возможно минимизировать или полностью устранить за счет структурных, организационных и поведенческих внутрифирменных механизмов, следует рассматривать как управляемые объекты влияния. Следовательно, чем выше масштаб, и, тем более, цена вероятного риска, тем больше затрат и управленческих усилий потребуется на снижение вероятности возникновения рискового события.

Список использованных источников:

1. Основы финансового риск-менеджмента»: учебник и учебное пособие // Солодов А.К. – М.: Издание Александра К. Солодова // Технический редактор Солодова Е.А.; корректор Нейц Е.А. // 2017 – 24,0 п.л., 286 стр.

2. Колесникова Елена Валерьевна, Юшков Олег Александрович Особенности управления рисками на микроуровне в реальном секторе экономики // Baikal Research Journal. 2017. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-upravleniya-riskami-na-mikrourovne-v-realnom-sektore-ekonomiki> (дата обращения: 03.10.2024).

3. Иванов А. А. Риск-менеджмент / А. А. Иванов, С. А. Олейников, С. А. Бочаров. – М. : Евраз. открыт. ин-т, 2008. – 193 с.

© Тимофеева В.А., Лавров И.В., 2025

УДК 658.89

РАЗРАБОТКА ЭТАПОВ МЕТОДИКИ УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ B2B-СЕКТОРА

Ткачук А.Е.

Научный руководитель Кирсанова Е.А.

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

В условиях цифровой трансформации и роста конкуренции методики клиентского сервиса становятся стратегическим инструментом дифференциации компаний. Рассмотрим ключевые принципы и этапы разработки эффективных сервисных методик, адаптированных для современных рыночных условий.

Можно выделить несколько основополагающих принципов, которые помогут сформировать стратегический подход к повышению качества клиентского сервиса:

1. Клиентоцентричность. В основе этого принципа лежит ориентация на потребности и ожидания клиентов. Для этого необходимо использовать так называемую «карту пути клиента» (customer journey map), которая позволяет наглядно представить весь процесс взаимодействия клиента с компанией, начиная от первичного контакта и заканчивая постпродажным обслуживанием.

2. Проактивность. Этот подход предполагает предвидение потребностей клиентов до того, как они сами их осознают. Предиктивная аналитика, основанная на сборе и анализе данных о клиентском поведении, позволяет заранее определить, какие услуги или товары могут заинтересовать клиентов.

3. Технологическая интеграция. В современных условиях невозможно обойтись без применения новейших технологий для повышения качества обслуживания клиентов. Конвергенция систем CRM, искусственного интеллекта и Интернета вещей (IoT) предоставляет широкие возможности для оптимизации бизнес-процессов и улучшения взаимодействия с клиентами.

Эти основные принципы клиентоцентричности, проактивности и технологической интеграции создают фундамент для разработки эффективных методических рекомендаций по улучшению качества обслуживания клиентов. Внедрение данных подходов способствует повышению уровня удовлетворенности клиентов B2B-сегмента, а также росту их лояльности.

Разработка методики улучшения качества обслуживания – процесс, состоящий из нескольких этапов, каждый из которых должен быть направлен на изучение потребности клиентов и повышение уровня их удовлетворенности.

1. Диагностический этап. На первом этапе важным аспектом является анализ болевых точек, т.е. проблем, с которыми сталкиваются клиенты в процессе взаимодействия с компанией. Чтобы проанализировать уровень сервиса компании используют следующие инструменты. NPS-опросы (Net promoter Score) – измеряет степень лояльности клиентов, чтобы понять, насколько они готовы рекомендовать бренд другим, дает количественную оценку удовлетворенности потребителя. Аудит бизнес-процессов предполагает детальный разбор всех этапов обслуживания с целью выявления слабых мест и зон для оптимизации. Анализ обратной связи и жалоб – помогает выявить системные проблемы, так как недовольные клиенты часто прямо указывают на недочеты в обслуживании. Бенчмаркинг – сравнение с топовыми игроками рынка позволяет перенять лучшие отраслевые практики и адаптировать их под специфику бизнеса.

Такой многосторонний подход обеспечивает точную диагностику качества сервиса и выработку эффективных решений.

2. Проектирование. На данной стадии формируется карта пути клиента (CJM, Customer Journey Map) – детальная визуализация всех точек контакта потребителя с продуктом или сервисом. Такой инструмент помогает выявить ключевые эмоции, боли и ожидания пользователей на каждом этапе взаимодействия. После построения CJM выполняется анализ и ранжирование потребностей с помощью модели Кано. Эта методика разделяет запросы клиентов на три группы: базовые (обязательные) – без их выполнения продукт не будет восприниматься как качественный; ожидаемые (линейные) – чем лучше они реализованы, тем выше удовлетворенность; воодушевляющие (делитеры) – неочевидные, но вызывающие восторг функции, которые усиливают лояльность.

Такой подход позволяет выделить приоритетные направления для доработки и создать продукт, превосходящий ожидания целевой аудитории.

3. Внедрение. На данной стадии осуществляется апробация разработанных методик на практике. Оптимальным решением является создание фокус-группы из 5-7 лояльных клиентов, которые первыми опробуют обновленный сервис. Такой подход позволяет: снизить риски за счет тестирования в ограниченной среде; получить оперативную обратную связь для быстрой коррекции процессов; отработать гибкость внедрения перед полномасштабным запуском.

После успешной пилотной проверки начинается постепенное масштабирование с постоянным мониторингом эффективности. Для контроля качества используются интерактивные дашборды и система предиктивной аналитики.

В тенденциях на 2024-2025 гг. отмечается развитие методик с элементами нейромаркетинга, которые используют исследования нейробиологии для создания более глубоких и обоснованных предложений для клиентов [1]. Также ожидается рост использования автономных сервисных ботов, аналогичных ChatGPT Enterprise, которые значительно упростят процесс взаимодействия и улучшат обслуживание [2]. После 2026 года ожидается внедрение квантовых систем прогнозирования, что позволит предвосхищать потребности клиентов на совершенно новом уровне [3]. Параллельно с этим будет развиваться концепция цифрового двойника клиентского опыта (Digital twin), что создаст возможность для анализа и оптимизации взаимодействия с клиентами в режиме реального времени на основе актуальных данных [4].

Современные методики клиентского сервиса требуют симбиоза технологий и гуманитарного подхода. Критическими успешными факторами становятся: непрерывная итеративность разработки; гибкая адаптация к цифровому поведению; глубокая интеграция с операционными процессами [5].

Для российских компаний особую актуальность приобретает адаптация международных практик с учетом локальной специфики деловых коммуникаций и технологической инфраструктуры [6].

Качество обслуживания клиентов (Customer Service, CS) в B2B-секторе играет ключевую роль в формировании долгосрочных отношений, увеличении лояльности и снижении оттока клиентов. В отличие от B2C, где сервис часто стандартизирован, в B2B требуется индивидуальный подход, учитывающий сложные бизнес-процессы и множественные точки контакта.

Совершенствование клиентского сервиса в B2B требует системного подхода, учитывающего длительный цикл сделок, многоэтапность взаимодействия и высокие ожидания корпоративных клиентов. Ниже представлена трехуровневая методика улучшения качества обслуживания, включающая этапы проектирования, внедрения и оценки эффективности.

1. Этап проектирования: определение целей и KPI улучшения сервиса.

Выбор методологической основы. В выборе методологической основы для достижения поставленных целей и оптимизации бизнес-процессов важно учитывать специфические аспекты взаимодействия с клиентами, а также внутренние операции компании. Рассмотрим три применяемые модели, которые представляют собой ключевые элементы в разработке стратегий управления клиентами и оптимизации сервисных процессов. Первая модель – Customer Journey Mapping (CJM) – представляет собой методологический инструмент, позволяющий структурировать и анализировать все этапы взаимодействия потребителя с компанией – от формирования потребности до постпродажного обслуживания. Визуальное отображение customer journey выполняет несколько ключевых функций: выявление критических точек контакта, где возникают барьеры для клиента; оптимизация эмоционального опыта на каждом этапе воронки продаж; снижение когнитивной нагрузки потребителя при принятии решений. Особую значимость CJM приобретает в контексте цифровой трансформации, позволяя интегрировать офлайн- и онлайн-каналы взаимодействия. Практическое применение метода требует использования специализированных платформ (Miro, Lucidchart) для создания интерактивных карт, включающих не только этапы пути, но и эмоциональные состояния клиентов.

Вторая модель – Lean Service. Концепция Lean, адаптированная для сферы услуг, базируется на трех фундаментальных принципах: идентификация видов потерь (muda) в сервисных процессах; стандартизация рабочих процедур для исключения вариативности; непрерывное совершенствование (Kaizen) через PDCA-циклы. Ключевые области применения включают оптимизацию временных затрат на обслуживание; ликвидацию избыточных операций, не создающих

ценности; повышение прозрачности рабочих процессов. Эмпирические исследования демонстрируют, что внедрение Lean Service позволяет сократить операционные издержки на 15-25% при одновременном росте удовлетворенности клиентов.

Третья модель – Account-Based Management (ABM) сфокусирована на персонализации взаимодействия с ключевыми клиентами, что особенно актуально для рынка B2B. Преимущества методологии заключается в увеличении LTV (Lifetime value – пожизненная ценность клиента) ключевых клиентов на 30-40%; сокращении цикла продаж для стратегических аккаунтов и повышении эффективности маркетинговых инвестиций.

Инструментальная база для внедрения методологий представлена через анализ «5 почему» и цифровые платформы визуализации, такие как Miro, Lucidchart.

Результатом совместного применения рассмотренных методологий становится формирование клиентоцентричной бизнес-модели, демонстрирующей устойчивое конкурентное преимущество на горизонте 3-5 лет.

2. Этап внедрения: модернизация процессов взаимодействия с клиентами; внедрение инструментов контроля качества (чек-листы, CRM-аналитика); разработка стандартов обслуживания и скриптов.

3. Этап оценки эффективности: система мониторинга ключевых показателей; механизмы обратной связи с клиентами; корректировка методики по результатам пилотного внедрения.

Предложенная методика позволит системно выявлять проблемы на всех этапах работы с клиентом; внедрять изменения на основе данных, а не предположений; постоянно совершенствовать сервис через цикл «внедрение → оценка → корректировка».

Основные рекомендации: начать с этапа проектирования, уделив особое внимание CJM; использовать CRM как центральный инструмент контроля; закрепить KPI за конкретными сотрудниками.

Список использованных источников:

1. Амирханова Р.М. Нейромаркетинг как Наука о поведении потребителя. Амирханова Р. М., Тагирова К. М., Нажмутдинова С. А. // Вестник Академии знаний. 2019. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neyromarketing-kak-novaya-nauka-opovedenii-potrebitelya/viewer> (дата обращения 01.05.2025).

2. Влияние ChatGPT на маркетинг // VC.ru. 2023. [Электронный ресурс]. – URL: [https:// habr.com /ru/articles/882934/](https://habr.com/ru/articles/882934/) (дата обращения 01.05.2025).

3. Тренды 2025 года: как изменится цифровой маркетинг // Платформа CXDP. 2025. [Электронный ресурс]. – URL:

<https://cxdp.ru/blog/trendy-2025-digital-marketing/> (дата обращения 05.05.2025).

4. Сосфенов Д.А. Цифровой двойник: история возникновения и перспективы развития // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2023. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-dvoynik-istoriya-vozniknoveniya-i-perspektivy-razvitiya/viewer> (дата обращения 05.05.2025).

5. Долганова О.И. Улучшение клиентского опыта взаимодействия с искусственным интеллектом путем соблюдения этических принципов. // Бизнес-информатика. 2021. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uluchshenie-klientskogo-opyta-vzaimodeystviya-s-iskusstvennym-intellektom-putem-soblyudeniya-eticheskikh-printsipov/viewer> (дата обращения 07.05.2025).

6. Промышленная метавселенная и «техническое благополучие» // Adindex. 2024. [Электронный ресурс]. – URL: <https://adindex.ru/news/digital/2024/02/21/320590.phtml> (дата обращения 07.05.2025).

© Ткачук А.Е., 2025

УДК 332.1

СПЕЦИФИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И КАПИТАЛИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ХАКАСИЯ

Топанова Д.Б.

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

Современное экономическое развитие Республики Хакасия характеризуется выраженной зависимостью от сырьевого сектора, что существенно влияет на формирование предпринимательской среды и модели капиталистических отношений в регионе. Актуальность исследования обусловлена необходимостью выявления специфических особенностей развития малого и среднего предпринимательства (МСП) в условиях ресурсно-ориентированной экономики.

Целью данной работы является комплексный анализ состояния предпринимательства в Республике Хакасия, выявление ключевых тенденций его развития и оценка эффективности мер государственной поддержки. В задачи исследования входит: анализ структурных особенностей региональной экономики; оценка динамики развития МСП; выявление основных проблем предпринимательской деятельности; разработка рекомендаций по совершенствованию экономической политики.

Исследование основано на данных Федеральной службы государственной статистики за период 2018-2023 годов [1], отчетах Министерства экономики Республики Хакасия [2], а также материалах научных публикаций по проблемам регионального развития [3-5]. А также включает статистические методы анализа; сравнительный метод; системный подход. При проведении исследования были приняты следующие допущения: влияние экстремальных факторов (пандемия COVID-19, санкционное давление) учитывается в агрегированном виде; анализ ограничен официальной статистикой без учета теневого сектора экономики; рассматривается период стабильного экономического развития (2018-2023 гг.).

Самой главной характеристикой экономики региона является выраженная сырьевая направленность. По данным за 2023 год доля промышленности в валовом региональном продукте составляет 58,2%; в структуре промышленного производства добыча полезных ископаемых – 32,4%; обрабатывающие производства – 25,8%; сельское хозяйство дает 9,7% ВРП; сфера услуг – 32,1%. Поэтому рассмотрим структуру и динамику крупнейших предприятий республики Хакасии (табл. 1).

Таблица 1 – Ключевые показатели крупнейших предприятий Хакасии, их вклад в экономику и динамика за последние 5 лет.

Предприятие	Отрасль	Доля в ВРП (2023)	Численность работников (тыс.)	Динамика выручки (2018-2023 гг.)
ОАО «РУСАЛ Саяногорск»	Металлургия (алюминий)	22%	5,2	+34%
ОАО «СУЭК-Хакасия»	Угольная промышленность	18%	3,8	+18%
ОАО «Саянская фольга»	Металлообработка	7%	1,5	+12%
ОАО «Хакасэнерго»	Энергетика	6%	2,1	+9%
АО «Молибден»	Добыча руды	5%	1,2	-5%

Анализируя данные, можно сказать о том, что «РУСАЛ Саяногорск» – ключевой драйвер экономики, обеспечивает 22% ВРП и 5,2 тыс. рабочих мест. Рост выручки (+34%) связан с экспортом алюминия в Азию. «Сибуголь» сильно зависит от мировых цен на уголь – в 2022 году выручка выросла на 25%, но в 2023-м замедлилась до +18%. А «Саянская фольга» демонстрирует стабильный рост (+12%), но ее доля в экономике невелика. «Хакасэнерго» и «Молибден» стагнируют из-за износа инфраструктуры и снижения спроса.

Если говорить о влиянии крупных предприятий на малый и средний бизнес, то прямым воздействием будет являться создание смежных производств (логистика, ремонтные услуги, строительств), например, в Саяногорске 30% МСП работают на обслуживание РУСАЛа. А косвенным влиянием будет являться сырьевая зависимость, которая ведет к слабому развитию переработки. В Хакасии только 9,7% МСП заняты в обрабатывающей промышленности (в среднем по РФ – 15%). Но если рассматривать в сравнении с близлежащими районами, то Хакасия, например менее сырьевая, чем Кузбасс.

Однако Хакасия более зависима от промышленности, чем Алтай или Тува. А МСП слабее, чем в Красноярске, из-за монополии крупных компаний.

Если говорить о возможных перспективах, то имеет место быть:

1. Переработка угля и металлов (вместо экспорта сырья). Сейчас большая доля угля уходит в Китай без глубокой переработки.

2. Развитие агропромышленного комплекса (экспорт мяса и зерна). Потенциал: +20% к ВРП при инвестициях в переработку.

3. Туризм (Саяны, Ширинские озера). Сейчас доля в ВРП – 1,2%, могла бы вырасти до 5%.

Трудности заключаются в нехватке инфраструктуры (дороги, логистика) и низкой инвестиционной привлекательности (риски сырьевой зависимости).

Основные ограничения развития МСП:

1. Финансовые: высокая зависимость от кредитных ресурсов (75,3% предприятий); ограниченный доступ к долгосрочному финансированию; высокая стоимость заемных средств.

2. Институциональные: административные барьеры; сложности с получением земельных участков; высокий уровень бюрократии.

3. Инновационные: низкая инновационная активность (4,2% предприятий); недостаток квалифицированных кадров; слабая цифровизация бизнес-процессов.

Особенностью Хакасии является более высокая доля ИП; меньшая численность работников на предприятиях; выраженная территориальная концентрация бизнеса.

Таким образом, для развития предпринимательства в Республике Хакасия предлагаются финансовые меры: увеличение финансирования программ поддержки до 2% регионального бюджета; развитие системы гарантийных фондов; снижение процентных ставок по кредитам. Кроме того, значение имеют институциональные изменения такие как упрощение административных процедур; развитие инфраструктуры поддержки и инновационные: стимулирование цифровизации бизнеса; развитие кооперации с научными учреждениями; программы переподготовки кадров.

Список использованных источников:

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 06.05.2025).

2. Министерство экономики Республики Хакасия. Доклад о состоянии и развитии малого и среднего предпринимательства в Республике Хакасия за 2023 год. Абакан, 2024. 56 с.

3. Корнаи Я. Размышления о капитализме / Пер. с англ. М.: Изд-во Института Гайдара, 2012. 352 с.

4. Булатов А.С. Российская экономическая модель // Вопросы экономики. 2021. № 3. С. 45-62.

5. Региональная экономика: теория и практика / Под ред. А.Г. Гранберга. М.: Финансы и статистика, 2020. 488 с.

© Топанова Д.Б., 2025

УДК 338.49

СОЦИАЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В МОСКВЕ

Тутуев И.Р., Одинцова О.В.

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

Повышение качества жизни населения является одним из основных приоритетов развития не только городских территорий в России, но и страны в целом. Качество жизни в городе при всем многообразии определяющих его факторов подразумевает прежде всего:

качество жилой среды – наличие комфортного жилья, доступность и разнообразие объектов торговли, услуг, образования, здравоохранения, культуры и досуга;

физическое благополучие – наличие условий для безопасного передвижения по городу, благоприятная экологическая обстановка, наличие рекреационной инфраструктуры для отдыха и досуга на открытом воздухе;

самореализацию и саморазвитие – наличие пространств для удовлетворения индивидуальных интересов и потребностей горожан, например потребности в творчестве, образовании, реализации увлечений и хобби;

социальное взаимодействие – наличие условий для комфортного общения между людьми, обмена информацией, взаимопомощи, совместного принятия решений в разных сферах городской жизни;

развитую социальную инфраструктуру – ключевое условие в обеспечении вышеперечисленных процессов.

Развитие социальной инфраструктуры муниципального образования района в городе Москве – это важный аспект, который охватывает широкий спектр услуг и учреждений, необходимых для комфортной жизни жителей. Социальная инфраструктура включает в себя образовательные учреждения, медицинские учреждения, культурные и спортивные объекты, а также объекты социальной защиты.

Важным критерием комфортной жизни в Москве являются школы, детские сады, поликлиники и места для занятий спортом. Социальная инфраструктура активно развивается во всех округах города.

Образовательные учреждения являются основой социальной инфраструктуры. В Москве активно строятся новые школы и детские сады, а также проводится капитальный ремонт существующих зданий. Это необходимо для обеспечения доступности качественного образования для детей всех возрастов. Московские власти также внедряют программы по цифровизации образовательного процесса, что способствует улучшению качества обучения и повышению эффективности работы учебных заведений.

Развитие системы здравоохранения – еще один ключевой элемент социальной инфраструктуры. В последние годы в Москве вводится в эксплуатацию новое медицинское оборудование, строятся новые больницы и поликлиники, что значительно улучшает доступность медицинских услуг. Важно отметить, что активно развиваются программы по профилактике заболеваний, проведению профилактических осмотров и вакцинации. Поликлиники сегодня – это современные медицинские центры, в которых заботятся об удобстве пациентов. Качество и доступность медицинской помощи в Москве взяты за правило. Поэтому в городе проводят крупнейшую за всю историю столичного здравоохранения модернизацию зданий и инфраструктуры амбулаторного звена. Завершен первый этап реконструкции поликлиник: уже обновлено 200 зданий. В рамках второго, заключительного этапа модернизируют еще 140. Планируется, что до конца 2025 года амбулаторный фонд Москвы полностью обновится.

Культурные учреждения, такие как театры, музеи и библиотеки, также являются критически важными для создания полноценной социальной инфраструктуры. В Москве систематически организуются культурные мероприятия, выставки, фестивали, что способствует развитию культурного разнообразия и повышению уровня жизни горожан. Постепенно обновляются и сами учреждения, что позволяет им стать более привлекательными для жителей и гостей столицы.

В последние годы в Москве наблюдается активное развитие спортивной инфраструктуры. Строятся новые спортивные комплексы, проводятся массовые спортивные мероприятия и фестивали. Важную роль играют программы по активному вовлечению молодежи в спорт, что способствует формированию здорового образа жизни и укреплению здоровья населения.

Объекты социальной защиты, такие как центры социального обслуживания, реабилитационные центры и пансионаты для пожилых людей, также входят в состав социальной инфраструктуры. В Москве активно развивается система социальной помощи, которая включает в себя

оказание различных услуг, таких как помощь на дому, консультации и поддержка для людей с ограниченными возможностями. Сегодня московские пенсионеры хотят самореализоваться и больше общаться, для них важно организовать здоровый и интеллигентный досуг. В ответ на эти запросы по всему городу начали открываться центры московского долголетия. В столице уже действует 96 таких центров, а вскоре их планируют открыть во всех районах города.

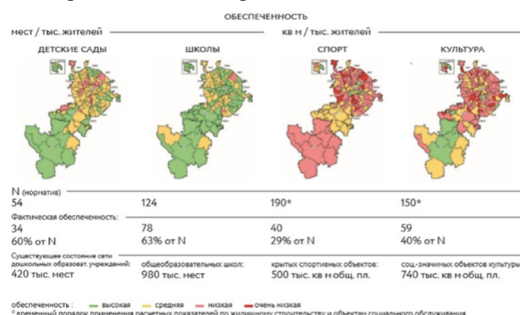


Рисунок 1

Москва является крупнейшим городом России и одним из крупнейших городов мира, поэтому развитие социальной инфраструктуры в столичном регионе имеет особое значение (рис. 1). В последние годы власти города активно работают над улучшением условий жизни граждан и развитием социальной инфраструктуры.

Одним из приоритетов развития социальной инфраструктуры в Москве является строительство и реконструкция детских садов, школ и больниц. Город активно внедряет новые технологии и создает современные условия для обучения, лечения и отдыха жителей. Благодаря этому уровень предоставляемых услуг становится все выше, а доступность для граждан улучшается.

Кроме того, в Москве реализуется ряд программ по улучшению инфраструктуры для молодежи, пенсионеров и маломобильных групп населения. В городе активно развивается сеть спортивных объектов, культурных центров, парков и других мест общественного отдыха. Это способствует улучшению физического и психологического состояния жителей, а также способствует формированию здорового образа жизни.

В целом, развитие социальной инфраструктуры в Москве идет по плану, и власти города продолжают работу над улучшением условий жизни и благополучия граждан.

Один из ярких примеров развития социальной инфраструктуры муниципального образования в городе Москве – это район Хамовники. В этом историческом районе города активно ведется работа по созданию комфортной городской среды для жителей.

Одним из ключевых направлений развития социальной инфраструктуры в районе Хамовники является обновление общественных пространств. Здесь активно реконструируются парки, скверы, набережные

и другие общественные места, чтобы сделать их более функциональными и удобными для отдыха жителей. Также в районе открываются новые современные центры культуры, спорта и досуга, предлагающие жителям разнообразные возможности для самореализации и отдыха.

Кроме того, в районе Хамовники активно развивается сеть медицинских учреждений и образовательных заведений, чтобы обеспечить жителей доступом к качественной медицинской помощи и образованию. Также здесь создаются новые спортивные объекты и зоны для занятий спортом, что способствует поддержанию здорового образа жизни среди жителей района.

В целом, развитие социальной инфраструктуры в районе Хамовники в городе Москве иллюстрирует успешную реализацию городских программ по улучшению качества жизни горожан. Создание комфортной городской среды, доступ к культурным и спортивным мероприятиям, развитие образования и здравоохранения – все это способствует повышению уровня благосостояния жителей и формированию позитивного имиджа района.

Развитие социальной инфраструктуры в муниципальных образованиях Москвы – это многогранный процесс, который требует комплексного подхода и взаимодействия различных служб и учреждений. Оптимизация распределения ресурсов, модернизация существующих объектов и строительство новых – все это направлено на создание комфортных условий для жизни горожан. В долгосрочной перспективе улучшение социальной инфраструктуры способствует повышению качества жизни, социальной справедливости и устойчивому развитию города.

Список использованных источников:

1. Белякова, Н.В. Реализация национальных приоритетных проектов как способ построения социального российского государства / Н.В. Белякова // Юридическая мысль. - 2021. - № 6. - С. 35-42.

2. Воронина Н.Ф. Современное представление о человеческом потенциале / Н.Ф. Воронина// Сегодня и завтра Российской экономики. – 2021– № 81-82. – С. 71 – 77.

3. Ланьшина Т.А., Барина В.А., Логинова А.Д., Лавровский Е.П., Понедельник И.В. (2021) Опыт локализации и внедрения целей устойчивого развития в странах – лидерах в данной сфере // Вестник международных организаций. - Т. 14. - № 1. - С. 207–224.

4. Заславская Т.И. Человеческий потенциал в современном трансформационном процессе / Т. И. Заславская // Общественные науки и современность. – 2021. – № 3. – С. 5 – 16.

© Тутуев И.Р., Одинцова О.В., 2025

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Угурчиева А.М.

Научный руководитель Сутулова Ю.О.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Нижневартковский государственный университет», Нижневартовск

В условиях стремительных изменений внешней среды, цифровизации экономики и усиления конкуренции предприятия всё чаще сталкиваются с необходимостью поиска нематериальных источников устойчивого развития. Одним из ключевых факторов конкурентоспособности становится интеллектуальный капитал (далее ИК), который включает в себя знания, навыки, инновационный потенциал и взаимоотношения внутри и вне организации [1]. В данном контексте особую значимость приобретает корпоративная культура, способная не только формировать благоприятную рабочую среду, но и выступать катализатором развития человеческого, структурного и потребительского капитала (рис. 1).



Рисунок 1 – Структура интеллектуального капитала

Так, Кульжанова Г.Т. считает, что ценности и нормы поведения, ключевые элементы корпоративной культуры, оказывают значительное влияние на развитие человеческого капитала – компонента ИК, совокупности знаний, навыков, компетенций и личностных качеств сотрудников. Сформированная система ценностей определяет поведенческие ориентиры внутри организации, влияет на мотивацию персонала, стиль управления, уровень вовлечённости и стремление к саморазвитию. Организации, в которых ценности ориентированы на доверие, открытость, развитие и взаимное уважение, как правило, демонстрируют более высокий уровень продуктивности и инновационности своих сотрудников [2]. Однако для их эффективного воплощения необходимы развитые внутренние коммуникации и атмосфера открытости, обеспечивающие прозрачность, взаимопонимание и согласованность действий внутри организации.

По мнению Сулеймановой Д.А. и Молодчика Н.А., в укреплении другого компонента ИК – структурного капитала, включающего корпоративные знания, организационные процессы, базы данных,

стандарты и регламенты, обеспечивающие стабильность и эффективность функционирования организации, важнейшую роль играют внутренняя коммуникация и открытость. Эффективная система внутренней коммуникации способствует не только передаче информации между различными уровнями и подразделениями, но и формированию общей корпоративной идентичности, вовлечённости персонала и организационной памяти. Открытость в свою очередь повышает прозрачность управленческих решений, усиливает доверие к руководству и стимулирует обмен знаниями [3]. Налаженная внутренняя коммуникация и открытость в организации способствуют формированию атмосферы взаимного уважения и понимания, что, в свою очередь, становится основой для устойчивого доверия между сотрудниками, а также между персоналом и руководством.

Игумнов О.А. описывает потребительский капитал как еще один компонент ИК, представляющий собой совокупность внешних связей с клиентами, партнёрами, поставщиками, инвесторами и другими заинтересованными сторонами. Ключевым элементом развития потребительского капитала выступает доверие, которое формируется на основе последовательной, прозрачной и этичной деятельности компании. Высокий уровень доверия снижает транзакционные издержки, укрепляет лояльность клиентов, облегчает доступ к внешним ресурсам и способствует укреплению репутации организации как надёжного партнёра [4]. Кроме того, эффективное управление внешними связями позволяет компаниям быстрее адаптироваться к изменениям во внешней среде и усиливать инновационный потенциал за счёт вовлечения партнёров и сетевого взаимодействия (рис. 2).

Элементы корпоративной культуры в интеллектуальном капитале		
Человеческий капитал ценности и нормы поведения	Структурный капитал Внутренняя коммуникация и открытость	Потребительский капитал Доверие и внешние связи

Рисунок 2 – Корпоративная культура как фактор формирования интеллектуального капитала

Итак, все элементы ИК являются основой для создания атмосферы, в которой сотрудники чувствуют себя вовлечёнными и мотивированными, а организация может успешно развивать свой интеллектуальный капитал. Ценности определяют ориентиры для поведения и действий, создавая единое пространство для взаимодействия, а нормы поведения, в свою очередь, обеспечивают стабильность и согласованность действий. Внутренняя коммуникация и открытость усиливают взаимопонимание между сотрудниками и руководством, способствуют более эффективному

обмену информацией и укрепляют доверие внутри компании, что, в свою очередь, содействует укреплению её потребительского капитала

Однако, несмотря на значимость данных факторов, внедрение и поддержание эффективной корпоративной культуры сталкивается с рядом проблем. Одной из таких проблем является сопротивление изменениям, особенно если культура компании долгое время оставалась неизменной. Сотрудники, привыкшие к определённым стандартам и практикам, могут воспринимать новые ценности и нормы как угрозу или неоправданную нагрузку, что может затруднять внедрение изменений и снижать эффективность всей трансформации [1]. Для решения данной проблемы многие компании внедряют поэтапные изменения, вовлекая сотрудников в процесс через фокус-группы, воркшопы и хакатоны, а также через выделение «агентов изменений» из числа неформальных лидеров, демонстрирующих преимущества изменений на личном примере.

Также возникает необходимость обеспечения вовлечённости руководства. Без личного примера и активной роли высшего менеджмента любые культурные инициативы рискуют остаться на бумаге. Когда руководство не поддерживает или не участвует в процессе внедрения ценностей, что приводит к формализации процесса и снижению его эффективности [5]. В данном случае стоит пересмотреть систему оценки эффективности руководителей и внедрить в нее показатели, связанные с соблюдением корпоративных ценностей, например участие в менторских программах. Усилению навыков управления культурными изменениям может помочь проведение тренингов для развития эмоционального интеллекта и трансформационному лидерству [6, 7].

Кроме того, культурная неоднородность внутри больших организаций, особенно с филиальной сетью, создаёт дополнительные сложности. Разные подходы в разных регионах или подразделениях могут препятствовать формированию единой корпоративной культуры, что затрудняет коммуникацию и взаимодействие между сотрудниками. Тут могут помочь организация совместных инициатив сотрудников из разных регионов (межфилиальные рабочие группы для решения глобальных проблем) и внедрение корпоративных социальных сетей или VR-тренинги для тимбилдинга, помогающие сократить дистанцию между подразделениями.

Наконец, оценка эффективности внедрения корпоративной культуры остаётся одной из самых сложных задач. Отсутствие чётких метрик для измерения изменений и их влияния на результаты бизнеса делает процесс трансформации менее прозрачным и усложняет корректировку стратегии в случае необходимости [1].

Таким образом, успех в создании эффективной корпоративной культуры зависит от способности организации преодолевать препятствия, а также от постоянного совершенствования внутренней работы и

коммуникации. Только при соблюдении данных условий организация сможет не только внедрить успешную культуру, но и использовать её как важный инструмент для устойчивого роста и развития.

Список использованных источников:

1. Степанов, А. А. Корпоративная культура - детерминанта активизации инновационного поведения персонала организации / А. А. Степанов, М. В. Савина // Креативная экономика. – 2019. – Т. 13, № 10. – С. 1929-1942. – DOI 10.18334/ce.13.10.41235.

2. Кульжанова Г.Т. Значение системы ценностей в формировании человеческого капитала // Социология. – 2020. – №6. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-sistemy-tsennostey-v-formirovanii-chelovecheskogo-kapitala?utm_source=chatgpt.com

3. Сулейманова Д.А., Молодчик Н.А. Внутренние коммуникации в организации: сервис или стратегическая бизнес-функция // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. – 2024. – №. 4. – С. 74-79. – DOI 10.12737/2305-7807-2024-13-4-74-79

4. Игумнов О.А. Корпоративная культура как фактор формирования социального капитала организации // Социология. – 2019. – №2. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-kultura-kak-faktor-formirovaniya-sotsialnogo-kapitala-organizatsii?utm_source=chatgpt.com

5. Гильдингерш М.Г., Давыдов С.А., Петров М.А. Методологические аспекты формирования корпоративной культуры и практика их применения в организации // Социология. – 2024. – №2. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-aspekty-formirovaniya-korporativnoy-kultury-i-praktika-ih-primeneniya-v-organizatsii?utm_source=chatgpt.com

6. Сутулова, Ю. О. Управление интеллектуальным капиталом: проблемы и пути решения / Ю. О. Сутулова // Социальные и экономические системы. – 2023. – № 1-2(40). – С. 282-292.

7. Сутулова, Ю. О. Умение управлять временем, как одна из цифровых компетенций будущего руководителя / Ю. О. Сутулова, С. Ю. Гасникова // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы : Материалы IX Международной научно-практической конференции, Нижневартовск, 10 ноября 2021 года / Отв. редактор Д.А. Погоньшев. – Нижневартовск: Нижневартовский государственный университет, 2021. – С. 193-198. – DOI 10.36906/KSP-2021/27.

© Угурчиева А.М., 2025

РОССИЯ И ИНДИЯ: ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В УСЛОВИЯХ МНОГОПОЛЯРНОГО МИРА

Угурчиева А.М.

Научный руководитель Ливенец М.И.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Нижневартовский государственный университет», Нижневартковск

В период глобальных вызовов, обусловленных пандемией COVID-19 в 2020 году и санкциями, введенными в 2014 году после референдума о присоединении к России Республики Крым, внутренними и международными конфликтами российско-индийские торговые отношения приобретают исключительную актуальность и стратегическое значение для содействия многополярности и построения более устойчивой мировой экономики [1].

Валовой внутренний продукт (ВВП) используется для оценки экономической активности, состояния экономики, прогнозирования её развития и сравнения экономик различных стран.

Сравнительный анализ ВВП России и Индии важен для определения экономической мощи, анализа темпов роста, разработки экономической политики, а также для оценки уровня жизни и понимания международных отношений между государствами (рис. 1).

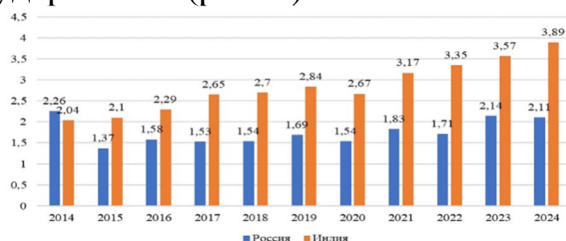


Рисунок 1 – ВВП России и Индии в реальных ценах за 2014-2024 гг., трлн. \$

В 2015 году Россия пережила первое за десятилетие снижение ВВП (на 0,89 трлн. долларов) из-за внешних шоков, падения цен на нефть и снижения инвестиций. После кризиса 2014-2015 гг. экономика стабилизировалась благодаря государственной поддержке. Второй спад произошел в 2020 году (0,15 трлн. долларов) из-за пандемии COVID-19, падения цен на нефть и снижения спроса. В 2021 году ВВП восстановился в связи со снятием ограничений и росту цен на нефть и газ [2]. В 2022 году экономический спад продолжился (0,12 трлн. долларов) из-за санкций, сокращения экспорта и оттока капитала, однако экономика адаптировалась, переориентировавшись на восточные рынки и импортозамещение [3].

ВВП Индии в последние 10 лет стабильно рос благодаря большому населению, развивающемуся среднему классу, экспорту IT-услуг и финансов, а также росту производства и туризма. В 2020 году ВВП снизился на 0,17 трлн. долларов из-за пандемии. Однако в 2021 году экономика восстановилась вследствие принятых государственных мер [4].

Другим важным показателем для сравнения экономики стран является анализ доли экспорта, который дает важную информацию о внешнеэкономической деятельности. Доля экспорта в России составляет около 20% от общего объема ВВП (рис. 2).



Рисунок 2 – Доля экспорта в ВВП России и Индии за 2014-2024 гг., %.

Доля российского экспорта снижалась в 2016 (15,82%) и 2020 (18,83%) годах из-за экономических шоков, падения цен на энергоносители и санкций. В Индии экспорт составляет 20-25% ВВП, варьируясь в зависимости от мировых цен, спроса и внутренних условий [5].

На протяжении 2014-2024 гг. доля экспорта Индии оставалась стабильной, несмотря на снижение в 2020 году из-за пандемии, которая снизила мировой спрос и вызвала логистические проблемы [6].

Индийская экспортная структура включает широкий спектр товаров, таких как текстиль, химикаты, лекарственные препараты, ювелирные изделия и машиностроительная продукция [4]. В отличие от Индии, Россия ориентирована преимущественно на поставки нефти, газа, металлов и сельскохозяйственной продукции, что делает её экономику более зависимой от углеводородов и уязвимой к изменениям цен на сырьевых рынках [5]. Индийская экономика, благодаря более сбалансированной и разнообразной экспортной структуре, демонстрирует большую устойчивость к внешним экономическим потрясениям.

На фоне усиливающейся геополитической нестабильности сотрудничество между Россией и Индией приобретает особую стратегическую значимость. Несмотря на внешнее санкционное давление, объем двусторонней торговли демонстрирует рекордный рост, активно развиваются совместные проекты в энергетической, военной и технологической сферах [1].

Обе страны выступают за формирование многополярного мирового порядка и тесно взаимодействуют в рамках международных объединений, таких как БРИКС, ШОС и G-20. Участие в данных структурах способствует созданию альтернативных моделей глобального взаимодействия, снижает зависимость от западных финансовых систем,

стимулирует переход на расчеты в национальных валютах и укрепляет стратегическое партнерство в ключевых областях – от высоких технологий до энергетики и безопасности [4].

Торгово-экономические отношения между Россией и Индией продолжают оставаться прочными и перспективными. В 2023-2024 годах были заключены ключевые соглашения, касающиеся увеличения двустороннего товарооборота, перехода на расчёты в национальных валютах, а также расширения сотрудничества в сфере энергетики. Эти меры способствовали существенному росту объёмов торговли: Россия стала крупнейшим поставщиком нефти в Индию [3], в то время как Индия нарастила экспорт фармацевтической и металлургической продукции [4].

В течение последнего года торговый оборот достиг рекордных значений, активизировались совместные проекты в области атомной энергетики (АЭС «Куданкулам») и развития транспортной инфраструктуры. В июле 2024 года была принята «Программа российско-индийского сотрудничества в торгово-экономической и инвестиционной сферах на Дальнем Востоке Российской Федерации на 2024-2029 годы». Основными задачами программы стали расширение совместных инвестиционных проектов, поиск новых отраслей взаимодействия, а также рост регионального товарооборота между Индией и субъектами Дальнего Востока и Арктической зоны России [3].

Одним из перспективных направлений остаётся развитие международного транспортного маршрута «Север-Юг», способного значительно ускорить логистику между странами. В обозримом будущем планируется дальнейшее углубление сотрудничества в сферах высоких технологий, искусственного интеллекта и цифровой экономики. Также обсуждается возможность создания совместного платёжного механизма, что упростит расчёты для бизнеса, снизит зависимость от западных финансовых систем и укрепит экономическую устойчивость [6].

Таким образом, российско-индийские отношения входят в фазу долгосрочного стратегического партнёрства с акцентом на инновации, инвестиции и взаимовыгодное развитие.

Список использованных источников:

1. Канунникова Н. Г. Современные вызовы и угрозы международной безопасности // Социально-политические науки. 2018. №5. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyye-vyzovy-i-ugrozy-mezhdunarodnoy-bezopasnosti>

2. Итоги внешней торговли с основными странами: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/vneshnyaya_torgovlya

3. The breadwinner of Africa and Asia: where Russia exported food in 2024 – Journal of Forbes [Электронный ресурс] URL:

<https://www.forbes.com/sites/krnkashyap/2023/12/21/how-india-is-emerging-as-a-production-hub-for-global-exports/>

4. How India Is Emerging As A Production Hub For Global Exports – Journal of Forbes [Электронный ресурс] URL: <https://www.forbes.com/sites/krnkashyap/2023/12/21/how-india-is-emerging-as-a-production-hub-for-global-exports/>

5. Федеральная таможенная служба (ФТС России). [Электронный ресурс] URL: <https://customs.gov.ru/>

6. Экономика Индии: точки роста от сельского хозяйства до высоких технологий [Электронный ресурс] URL: https://raexpert.ru/researches/india_economy_2024/

© Угурчиева А.М., 2025

УДК 338.22.021.4; 004.89

ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ПЛАНИРОВАНИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Урянский К.С., Морозова Т.Ф.

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

Современный бизнес сталкивается с множеством переменных, влияющих на успешность предпринимательской деятельности. Компании вынуждены оперативно и адекватно реагировать на внешние и внутренние изменения, будь то колебание курсов, экономические санкции или пандемия. Устаревшие методики планирования оказываются неэффективными, поскольку не позволяют своевременно учитывать большое количество разнородных данных и давать точные прогнозы. Только используя современные инструменты, такие как искусственный интеллект (ИИ), возможно планировать бизнес-процессы предприятия и достигать поставленных задач даже в условиях повышенной неопределенности.

Искусственный интеллект – область компьютерной науки, которая занимается разработкой различных систем, которые можно использовать для решения задач вместо человеческого интеллекта. Использование таких систем возможно в следующих сферах: обучение, распознавание образов, принятие решений и обработка речи [1].

Планирование бизнес-процессов с использованием искусственного интеллекта представляет многоступенчатый процесс, затрагивающий ключевые аспекты функционирования предприятия и направленный на повышение эффективности деятельности организации. Пошаговый

алгоритм планирования бизнес-процессов с использованием ИИ представляет следующую последовательность.

Шаг 1. Сбор и подготовка данных включает в себя сбор, очистку и нормализацию необходимой информации о функционировании предприятия и его внешнем окружении (данные о процессах, ресурсах, поставщиках, клиентах, конкурентах и др.) для последующего анализа искусственным интеллектом.

Шаг 2. Построение модели прогнозирования предполагает разработку точной математической модели, способной выявить зависимость между различными факторами и оценить будущие индикаторы деятельности (объем продаж, себестоимость продукции и др.). Используют методы машинного обучения, такие как, линейная регрессия, дерево решений, нейронные сети и другие эффективные техники.

Шаг 3. Оптимизация планов – на основе построенной модели осуществляют подбор наилучших вариантов решений исходя из заданных целей (минимизация затрат, увеличение прибыли). Применяют такие алгоритмы оптимизации, как градиентный спуск, генетический алгоритм, случайный поиск.

Шаг 4. Оценка рисков включает оценку устойчивости плана к различным неопределенностям и рискам через процесс моделирования возможных сценариев развития событий в будущем, и выработку мер реагирования на непредвиденные обстоятельства. Используют техники Монте-Карло, сценарного анализа, стресс-тестирования.

Шаг 5. Имитация процессов – проведение виртуальной проверки предложенного плана путем запуска цифровых двойников или симуляционных моделей. Этот этап необходим для тестирования реалистичности и работоспособности предлагаемого плана до его практической реализации, а также для выявления слабых мест и необходимости доработки плана.

Шаг 6. Реализация и мониторинг – после проверки реалистичности плана принимают решение и приступают к его реализации. В ходе исполнения плана осуществляют постоянный контроль над выполнением мероприятий и сбор актуальной обратной связи.

Шаг 7. Корректировка и повторный цикл – данный этап предполагает регулярное обновление входных данных, запуск нового цикла и повторение всех этапов для поддержания высокого уровня адекватности и гибкости планируемых бизнес-процессов.

Данный циклический подход к планированию бизнес-процессов обеспечивает непрерывное развитие и совершенствование методов планирования деятельности предприятий и делает их функционирование более устойчивым и эффективным в условиях динамично меняющихся условий рынка.

Методы планирования бизнес-процессов с использованием искусственного интеллекта включают широкий спектр современных инструментов и технологий, затрагивают практически все направления деятельности предприятия в стратегическом и тактическом управлении. Объединяет методы общая задача, все они направлены на автоматизацию процессов, адаптацию к внешним изменениям среды, повышение эффективности, точности и оперативности принятия решений.

Выделим основные подходы, которые можно применять в планировании бизнес-процессов с использованием ИИ на предприятиях реального сектора экономики.

Прогностическое моделирование – это метод построения точных прогнозов показателей бизнеса на основе ретроспективных данных и внешних факторов среды, методы машинного обучения помогают выявлять скрытые закономерности и тенденции, упущенные традиционными методами анализа. Применение технологий искусственного интеллекта значительно расширяет возможности такого подхода, делая его одним из наиболее перспективных инструментов современного управления бизнесом.

Выполнение задачи оптимизации ресурсов и графиков с помощью ИИ возможно реализовать через оптимальные решения сложных многокритериальных задач распределения ресурсов и составления рациональных графиков работ с применением таких технологий, как генетические алгоритмы и симуляция Монте-Карло.

С целью повышения качества управленческих решений полезна автоматизация принятия решений – формирование рекомендаций для менеджеров по оптимизации текущих операций и улучшению качества принимаемых решений через алгоритмы глубокого обучения и экспертные системы, которые способны самостоятельно анализировать ситуации и выдавать решения.

Аналитика больших данных как метод планирования представляет собой комплекс методов сбора, обработки и интерпретации огромных объемов структурированных и неструктурированных данных с целью извлечения необходимой информации для принятия обоснованных стратегических решений. Этот подход используется для большинства установок предприятия и позволяет выявить ранее неизвестные зависимости между различными факторами, влияющими на бизнес-процессы, проблемы и обеспечить своевременную реакцию на потенциальные угрозы.

Эффективной техникой логистики является интеллектуальное планирование цепочек поставок – метод интеграция решений ИИ, объединяющий продвинутые аналитические инструменты и технологии ИИ (большие данные, машинное обучение, интернет вещей, цифровые двойники, роботы и др.) формирует оптимальную политику закупок и

ценообразования, обеспечивает более эффективное использование производственной мощности предприятия.

Незаменимыми инструментами в управлении рисками являются интеллектуальные модели оценки рисков, которые снижают вероятность возникновения критических ситуаций и повышают устойчивость бизнеса перед внешними угрозами.

Техники и области применения искусственного интеллекта по установкам показаны в табл. 1.

Таблица 1 – Инструментарий планирования бизнес-процессов с применением искусственного интеллекта

Установки	Техники и области применения ИИ
Прогностическое моделирование	Финансовое управление: используют алгоритмы регрессии и временного ряда для прогнозирования спроса на товары и услуги, объемов продаж, финансовых потоков, курсов акций, оптимизации портфеля инвестиций; нейронные сети для предсказания сезонных колебаний и поведения клиентов. Логистика: оптимизация маршрутов доставки товаров, минимизация издержек транспортировки и складского хозяйства.
Оптимизация ресурсов и графиков	Производство: генеративное проектирование производственных линий, минимизирующее издержки и максимизирующее производительность. Логистика: составление оптимального графика поставок и обслуживания оборудования
Автоматизированное принятие решений	Управление: роботизированные консультанты для поддержки сотрудников и помощи клиентам; экспертные системы для выявления узких мест в цепочке поставок, повышения уровня взаимодействия и сервиса.
Аналитика больших данных	Маркетинг: текстовая аналитика обработки отзывов клиентов, историй покупок, онлайн поведения для понимания покупательского поведения и предпочтения потребителей, построения персонализированной рекламы. Производство: система предиктивной аналитики и мониторинг оборудования для предотвращения сбоев в поставке сырья и комплектующих.
Интеллектуальное планирование цепочек поставок	Логистика: искусственная нейронная сеть для выбора маршрутов транспорта с учётом пробок, погодных условий и загруженности дорог; большие данные и машинное обучение для прогнозирования спроса и анализа потребительских предпочтений; роботы для автоматизации логистических операций; цифровые двойники для симуляции реальных производственных процессов.
Модели управления рисками	Стратегическое управление: кластерный анализ для идентификации потенциальных проблемных зон внутри предприятия; машинное обучение для раннего предупреждения экономических кризисов и рыночных изменений.

Таким образом, применение методов искусственного интеллекта становится необходимым условием успешного функционирования любого предприятия и открывает новые возможности для эффективного планирования и управления бизнес-процессами, позволяя компаниям адаптироваться к современным быстроменяющимся условиям высокой конкуренции.

Список использованных источников:

1. Необходимость взаимодействия естественного и искусственного интеллектов в системах образования различного уровня. Москва, ООО «Издательский Центр РИОР», 2024, изд. 1, 252 стр., с. 45 DOI: 10.29039/02159-0 Электронный ресурс – Режим доступа по ссылке. UPD: <https://naukaru.ru/ru/nauka/monography/3127/view> (дата обращения: 28.04.2025).

2. Гришин О.Н., Головачёв В.И. Использование искусственного интеллекта в проектировании инновационных бизнес-моделей. – Екатеринбург: УрГЭУ, 2022. - 160 с.

3. Клейнер Б.Г. Основы теории хозяйственных систем// Вопросы экономики. – 2018. - №12 - С.11-25.

© Урянский К.С., Морозова Т.Ф., 2025

УДК 658.78

ОПТИМИЗАЦИЯ СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ В КОМПАНИИ

Усанов И.С.

Научный руководитель Иващенко Н.С.

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

Эффективное управление запасами становится ключевым фактором успеха компаний практически во всех отраслях экономики. С ростом конкуренции на рынке важно минимизировать издержки хранения товаров и одновременно обеспечить высокую скорость реагирования на изменения спроса. Однако проблема оптимизации запасов остаётся актуальной – предприятия сталкиваются с рядом трудностей, снижающих уровень операционной эффективности.

Среди факторов, влияющих на повышение эффективности управления запасами, стоит выделить следующие аспекты: недостаточная точность прогноза спроса (несоответствие планов реальным показателям продаж); неоптимальное размещение товаров на складе (неравномерность загрузки площадей, ошибки компоновки стеллажей); высокие расходы на хранение продукции (избыточный объём запасов, устаревшие системы автоматизации склада); отсутствие гибкости процессов поставок (сложности адаптации цепочек поставок к изменениям рынка).

Одним из ключевых направлений решения данной проблемы является оптимизация складской логистики. Грамотная организация складских операций позволяет сократить время обработки заказов, уменьшить риски потерь и порчи товара, улучшить использование пространства и снизить затраты на транспортировку. Современные технологии автоматизации позволяют внедрить интеллектуальные системы управления складскими процессами, такие как WMS-системы, роботизированную сортировку и автоматизированные системы учёта запасов.

Складская логистика – это комплекс процессов, связанных с планированием, организацией и контролем движения материальных потоков на складе. Она включает приемку, хранение, комплектацию, учет и отгрузку товаров, а также управление инфраструктурой и персоналом. Основная цель – обеспечение доступности продукции при минимизации затрат.

Функции складов: хранение (буферизация спроса и предложения); консолидация и разукрупнение грузов; сортировка, упаковка, маркировка;

обеспечение кросс-докинга (прямая отгрузка без длительного хранения); управление сезонностью: хранение товаров в периоды низкого спроса.

Значительна роль складской логистики в сфере обслуживания. В сервисных компаниях (например, ритейл, логистические операторы, HoReCa) склады обеспечивают оперативную поставку материалов и готовой продукции, что напрямую влияет на удовлетворенность клиентов и сокращение времени обслуживания.

Управление запасами – процесс контроля за объемом, структурой и движением товарно-материальных ценностей для балансировки между издержками хранения и риском дефицита. Ключевые категории запасов: текущие (для регулярного использования); страховые (на случай сбоев поставок); сезонные (для покрытия пикового спроса).

Склады играют ключевую роль в управлении запасами благодаря своей многофункциональной роли в цепочке поставок. Они обеспечивают хранение товаров, контроль запасов, распределение продукции и минимизацию рисков дефицита или излишков товара. Рассмотрим подробнее несколько важных аспектов этой роли.

1. Хранение товаров. Склад – это основное место хранения готовой продукции, сырья или полуфабрикатов до момента их дальнейшего использования или продажи. Благодаря грамотному размещению товаров внутри склада можно обеспечить легкий доступ к ним, ускорить процессы комплектации заказов и минимизировать потери.

2. Контроль запасов. На складе ведется учет поступлений и отгрузок товаров, что позволяет поддерживать оптимальный уровень запасов. Системы управления складскими операциями (WMS-системы) помогают отслеживать количество товаров на складе, контролировать сроки годности продуктов, предотвращать недостатки и своевременно пополнять запасы. Это помогает избежать перебоев в производстве или продажах.

3. Оптимизация затрат. Правильное управление складом способствует снижению издержек на хранение и транспортировку товаров. Оптимальная организация пространства и использование автоматизированных технологий (например, роботов для перемещения грузов) сокращают расходы на содержание склада и повышают эффективность работы персонала.

4. Логистика и дистрибуция. Склады являются важными узлами логистической цепи, обеспечивая эффективное перемещение товаров между различными этапами производства и сбыта. Хорошо организованный склад способен быстро обрабатывать заказы клиентов, отправлять продукцию в пункты назначения и координировать поставки с транспортными компаниями.

5. Управление рисками. Запасы на складе служат своеобразной буферной зоной, позволяющей сглаживать колебания спроса и предложения. Наличие достаточного количества товаров на складе

снижает риски дефицита, вызванного задержкой поставок или внезапным увеличением спроса. В случае непредвиденных обстоятельств (например, сбоев в поставке или форс-мажорных ситуаций), складские запасы позволяют компании продолжать работу без значительных потерь.

6. Обеспечение качества продукции. Некоторые виды продукции требуют особых условий хранения (температурный режим, влажность и т.д.). Склады оснащены системами контроля микроклимата, что обеспечивает сохранность качества товаров и предотвращает их порчу.

Таким образом, склады выполняют важные функции в управлении запасами, включая обеспечение доступности товаров, поддержание оптимального уровня запасов, снижение затрат и минимизацию рисков. Эффективная работа склада является залогом бесперебойного функционирования всей цепочки поставок.

Рассматривая одну из известных российских сетей по продаже обуви, предлагается несколько нововведений, которые улучшат существующие бизнес-процессы.

Одним из основных процессов складской логистики является заказ товара и возврат товара на склад. В настоящий момент торговая сеть при заказе товара опирается лишь на аналитика по товару. Алгоритм работы следующий: аналитик, используя данные по продажам, остаткам артикулов в магазине, наполненность склада магазина и представленный ассортимент в целом, а также на остатки магазина, которые имеются в распределительном центре, анализирует ситуацию и составляет список артикулов, которые в последствии отгрузят в выбранный магазин. Зачастую бывает, что один артикул приезжает два раза подряд, не успев продаться даже на 50% от предыдущего поступления, в то время как другой артикул долгое время остается в количестве 1-2 штук не ходовых размеров.

Для оптимизации процесса заказа товара предлагается внедрить систему автозаказа и ручного заказа. Автозаказ будет автоматически выписывать артикул для отгрузки, при достижении установленного минимума в магазине, а также можно использовать функцию, при которой система, анализируя спрос, сама просчитает, когда необходимо пополнение. Ручной заказ заключается в том, что товаровед и управляющий, зная специфику и предпочтения покупателей в своём магазине, сами будут формировать список либо артикулов, необходимых для довоза, либо просто по характеристикам товаров: род, сезон, материал, цена. Эти мероприятия позволят более точно подходить к вопросу пополнения остатков.

Процесс отгрузки товара, возврат на склад также требуют некоторых улучшений. Предлагается добавить больше самостоятельности и независимости сотрудникам розницы, а не полагаться лишь на данные, используемые аналитиком. Так, например, можно увеличить время на

отгрузку, разрешить выбирать что отправлять. Если планируется вывоз несезонного товара на хранение, то предлагается подключить маркетинг, с целью достижения максимальных продаж данной категории товара. Можно будет установить скидки до 90%, дополнительные бонусы по карте лояльности, при покупке данных товаров, скидку на второй товар. Это позволит сократить издержки на сбор и транспортировку оставшейся номенклатуры, а также, выбытие товара позволит освободить место на распределительном центре под новую коллекцию, это в свою очередь также позволит при тех же человеческих ресурсах обрабатывать большее количество заявок на погрузку и приёмку товаров.

Резюмируя вышесказанное, можно отметить, что роль складов и логистических цепочек переоценить сложно, ведь именно от них зависит что покупатель получит, в каком количестве и качестве. Без грамотно выстроенной работы склада и логистики, торговая сеть не будет развиваться, поэтому эти процессы требуют постоянного контроля и оптимизации.

Список используемых источников:

1. Бауэрсокс Д. Логистика. Интегрированная сеть поставок [Электронный ресурс] – М.: Олимп-Бизнес, 2020. URL: - <https://zagorskaya.info/wp-content/uploads/2016pdf> (дата обращения: 03.05.2025).

2. Волгин В.В. Логистика хранения товаров: практическое пособие / В.В. Волгин - М.: Издательство Дашков и Ко, 2024. [Электронный ресурс] – 368 с. URL: <https://www.litres.ru/book/vladislav-volgin/logistika-hraneniya-tovarov-prakticheskoe-posobie-4916489/chitat-onlayn/> (дата обращения: 04.05.2025).

3. Управление запасами в цепях поставок : учебник и практикум для вузов – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 625 с. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://urait.ru/bcode/568938> (дата обращения: 01.05.2025).

© Усанов И.С., 2025

Авторский указатель

А

Авезова Б.С., 170
Алексеева Н.С., 39

Б

Бычкова Л.В., 51

Е

Егорова Л.Э., 67

З

Захваткина В.В., 189
Зезюлина Н.Б., 189

К

Капсомун А.В., 160
Кравченко Е.А., 220
Кулян Р.А., 198

Л

Лавров И.В., 232
Луговая А.С., 160

М

Михайлова И.М., 94
Морозова Т.В., 110
Морозова Т.Ф., 253

Н

Нигматзянова Л.Р., 64

О

Огурцова Н.С., 46, 153
Одинцова О.В., 242

П

Панин С.И., 220
Политова Р.В., 133
Потемкин А.С., 4
Прохоров М.А., 7
Прохорова Д.К., 11

Р

Разумеев Н.Н., 16

Рахимов Р.Ф., 19
Рахманбердыев М.Ш., 21
Ребриков Д.Д., 24
Редких П.Н., 28
Решетин Я.А., 32
Романова А.А., 35
Романова М.Н., 39
Рослякова Е.А., 43
Руева М.Н., 46
Русанов А.С., 51
Русскова Е.Н., 54

С

Садловская А.В., 58
Сазанович Е.Ю., 62
Сайфуллин Р.Е., 64
Самандасюк А.В., 67
Самойлова М.М., 71
Самойлова Т.Д., 185
Самородова Н.О., 76
Сараджева Е.В., 82
Сараджева О.В., 82
Сарханова С.С., 85
Сафина К.И., 88
Сахно С.С., 91
Семенова Ю.А., 94
Сеничкина И.С., 100
Сергеева А.Д., 106
Сергиенко Е.С., 110
Сибилев Ю.И., 115
Сидорук А.А., 121, 125
Силаева А.А., 129
Силаков А.В., 16
Симонов П.К., 133
Син Чи, 138
Синев Д.А., 144
Сиянгулов А.М., 150
Скворцов И.И., 153
Скоробогатова А.М., 156, 160
Смердова С.Е., 164
Смирнова А.А., 173
Смирнова Д.М., 167
Смирнова С.Р., 170
Соболевская В.А., 176
Соколова Я.И., 179
Солякова А.К., 183
Сорокина К.В., 88
Сотникова С.В., 185
Спиридонова Д.Ю., 189
Стабровский А.И., 193
Степанченко А.Е., 198
Степченкова О.С., 138
Стерхова А.А., 203
Судакова Д.А., 206
Султанова А.Р., 210
Султрекова М.А., 213

Т

Тараскина П.А., 217
Татьянина Д.С., 220
Терентьева Д.Г., 224
Тешко В.В., 228
Тимофеева В.А., 232
Ткачук А.Е., 234
Топанова Д.Б., 239
Тутуев И.Р., 242

У

Угурчиева А.М., 246, 250

Урянский К.С., 253
Усанов И.С., 257

Ч

Чернецкая В.М., 129

Я

Яковенко А.А., 206

Научное издание

**«Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития»
(Вектор-2025)
Сборник материалов
Часть 4**

В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы.

Все материалы отображают персональную позицию авторов.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов

Усл.печ.л. _____ Тираж 30 экз. Заказ №206-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