МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ, СЕРВИС: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Материалы
IV Всероссийской научно-практической конференции

(Омск, 14–15 ноября 2022 года)

Научное текстовое электронное издание
локального распространения

Омск
Издательство ОмГТУ
2022

Сведения об издании: 1, 2

© ОмГТУ, 2022
ISBN 978-5-8149-0000-0

УДК 33:005
ББК 65+65.291.21
Э40

Редакционная коллегия:

Е. В. Яковлева, д-р экон. наук, доцент (отв. редактор);

Н. М. Калинина, канд. экон. наук, доцент;

А. А. Белолобова

Экономика, менеджмент, сервис: современные проблемы и перспективы : материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. (Омск, 14–15 нояб. 2022 г.) / Минобрнауки России, Ом. гос. техн. ун-т ; редкол.: Е. В. Яковлева (отв. ред.) [и др.]. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2022. – 1 CD-ROM (48,17 Мб). – Систем. требования: процессор с частотой 1,3 ГГц и выше ; 256 Мб RAM и более ; свободное место на жестком диске 300 Мб и более ; Windows XP и выше ; разрешение экрана 1024×768 и выше ; CD/DVD-ROM дисковод ; Adobe Acrobat Reader 5.0 и выше. – Загл. с титул. экрана. – ISBN 978-5-8149-0000-0.

Изложены результаты исследований представителей отраслевой экономики, научно-педагогических работников вузов, аспирантов, студентов бакалавриата, специалитета, магистратуры, связанные с решением актуальных проблем формирования современной российской постиндустриализации и высокотехнологичного развития всех видов хозяйственной практики, включая управленческую и сервисную деятельность.

Сборник может быть интересен и полезен преподавателям высших учебных заведений и обучающимся по профильным направлениям подготовки.

Ответственность за содержание материалов несут авторы

Издается в авторской редакции

Компьютерная верстка *Е. В. Макарениной*

Для дизайна этикетки использованы материалы из открытых интернет-источников

Подписано к использованию 15.12.22.
Объем 48,17 Мб.

© ОмГТУ, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Секция 1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ 14

ЗНАЧИМОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИИ
А. Е. Абельдинова 14

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМ СОСТОЯНИЕМ ОРГАНИЗАЦИИ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
О. А. Алаторцева, Д. В. Сухарева, Н. А. Малахова 18

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ КАК ОБЪЕКТ БИЗНЕС-АНАЛИЗА
Л. А. Андриянов, Д. В. Галахов 23

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЫНКА С ЦЕЛЬЮ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ
А. А. Андрющенко, Т. М. Одинцова 28

ОПЕРАЦИИ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ И ИХ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ УЗБЕКИСТАНА
С. Ю. Арзуманян 32

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ БЛАГОСОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И АНАЛИЗА ЕГО СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА НА ПРИМЕРЕ ПАО «ТАТНЕФТЬ»
З. Р. Аухадиева 36

СКВОЗНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ: ПРАКТИКА, ПРЕИМУЩЕСТВА И РИСКИ
О. С. Белокрылова, А. Н. Ситухо 42

ДЕБИТОРСКАЯ И КРЕДИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТИ КАК ПОКАЗАТЕЛИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
Р. С. Головнин 45

АУТСОРСИНГ И ЕГО РОЛЬ В ЛОГИСТИКЕ
Д. Е. Грузд 49

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И НИЗКАЯ КВАЛИФИЦИРОВАННОСТЬ КАДРОВ РЫБХОЗЯЙСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ
Д. Е. Грузд 51

АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ
Р. Р. Джанкезова, Л. Б. Атаева 54

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ВВЕДЕНИЯ КОРОНАВИРУСНОГО КАРАНТИНА НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ
Р. Р. Джанкезова, Л. Б. Атаева 58

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ДИАГНОСТИКЕ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ КОРПОРАЦИЙ
Дун Цяньюй 62

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
А. Е. Елин, Р. Н. Шматков 65

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ БРЕНДА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ КОМПАНИИ ПАО «МТС»
И. И. Жугалев 68

ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ
Н. Н. Заболотная 73

РАЗРАБОТКА КРИТЕРИЕВ ОПТИМАЛЬНОГО СООТНОШЕНИЯ СОБСТВЕННОГО И ЗАЕМНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ
Г. М. Ибрагимова, Р. Р. Мусин 75

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ
Д. Е. Ивахник 79

ОЦЕНКА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
Д. Е. Ивахник 82

ВОЗМОЖНОСТИ НОТАЦИИ IDEF0 ДЛЯ МОДЕЛИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
Д. Е. Ивахник 86

ОЦЕНКА И СРАВНЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ КОМПАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «МАГНИТ» И ООО «ЛЕНТА»)
К. С. Кольцова, Д. О. Сумский 89

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА ИГОЛЬЧАТОГО КОКСА В ОМСКОМ РЕГИОНЕ КАК ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ОСНОВЫ ВЫПУСКА УГЛЕГРАФИТОВЫХ ЭЛЕКТРОДОВ ДЛЯ РОССИЙСКОЙ МЕТАЛЛУРГИИ
В. М. Костицин, Е. В. Яковлева 96

АНАЛИЗ ТОВАРНЫХ ПОТОКОВ В ЛОГИСТИКЕ ЗАКУПОК
С. И. Кузнецов 102

«ЗАКРЕПЛЕНИЕ» ЦИФРОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ЗА КЛЮЧЕВЫМИ РИСКАМИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
Л. А. Кусакин 104

ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРВИЧНОГО УЧЕТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ И ПУТИ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
А. А. Куценко 109

МОТИВАЦИЯ ТРУДА КАК СОВРЕМЕННЫЙ АСПЕКТ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ
Т. Н. Лисовая, Т. И. Горохова, Е. Н. Киселева 113

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ РАСЧЕТОВ ПО ЗАЕМНЫМ СРЕДСТВАМВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ
М. В. Логвинова, И. Ю. Федулова 114

КОРПОРАТИВНЫЕ СТАНДАРТЫ КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В СФЕРЕ СЕРВИСА
Т. О. Маламыжева 120

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ – ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕНЕМ
Ю. А. Мамаева, О. В. Севастьянова 123

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА ДЕТСКОЙ ФУТБОЛЬНОЙ ШКОЛЫ «ЮНИОР»
М. А. Милютин 128

ОПТИМИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ
А. Б. Накохова, Н. Н. Школьникова 133

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕГО ПОВЫШЕНИЯ
А. Б. Накохова, Н. Н. Школьникова 137

ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ, КАК ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ ПЛАНОВ, НАПРАВЛЕННЫХ НА ТЕКУЩЕЕ И ПЕРСПЕКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА
Б. А. Огоньянц 141

ВЛИЯНИЕ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ
А. В. Пантелеева 145

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ИГР В СТРОИТЕЛЬСТВЕ
В. А. Панюшкин 150

ЭКОСИСТЕМА КАК НОВЫЙ ОБЪЕКТ ЭКОНОМИКИ
А. К. Попов 154

ВНЕДРЕНИЕ ОФИСА УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ
Е. А. Проскурякова, Т. О. Пудиков 158

НЕМОНЕТАРНАЯ МОТИВАЦИЯ: ПОНЯТИЕ, ФОРМЫ И СПОСОБЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ
М. В. Рабош 161

УГРОЗЫ И РИСКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СФЕРЕ ПЛАТЕЖЕЙ
А. А. Распутина 163

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ РИСКОВ ТРАНСПОРТНЫХ КОМПАНИЙ С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ
Е. Е. Рассказова, А. С. Пастухова 168

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТРАНДАРТОВ ПО РИСК-МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛЕНИИ IT-ПРОЕКТАМИ
И. С. Сало 172

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ И МЕР ИХ ПОДДЕРЖКИ
В. В. Синельник 177

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТРАНСПОРТНЫХ КЛАСТЕРОВ
А. И. Смирнов 182

ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБОСНОВАНИЯ ВЫБОРА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ
И. А. Стрелкова 185

ПЕРСОНИФИКАЦИЯ БРЕНДА. ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОЛОГИИ ПСИХОМЕТРИИ НА БОЛЬШИХ ДАННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ, НА ПРИМЕРЕ B2C АКТИВНОСТИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ
В. В. Сыропятов, В. С. Елисеева 189

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ ПРЕДПРИЯТИЙ УЗБЕКИСТАНА
М. Б. Хамидулин 193

УПРАВЛЕНИЕ ГРУЗОПЕРЕВОЗКАМИ И ТОВАРНЫМИ ПОТОКАМИ ОАО «РЖД»
А. А. Хишова 197

СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИМИ СУБЪЕКТАМИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ
И. И. Цветкова, Л. С. Джелядинова 199

ОБЗОР МЕТОДОВ И ТЕХНОЛОГИЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ РИСКОВ
В. П. Чижик 201

СОХРАНЕНИЕ АССОРТИМЕНТНОГО ДИАПАЗОНА ТОВАРНЫХ ГРУПП РИТЕЙЛА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ
М. А. Чирков, А. В. Шаповалова, М. С. Чистяков 205

АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ
С. О. Чубарова 213

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ
Т. В. Чудайкина, В. Р. Хасанова 217

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ И РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ
И. В. Шалимов, Г. А. Бондарева 222

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ: АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ УСТОЙЧИВОСТИ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ 226
А. В. Шаповалова, М. С. Чистяков

Секция 2. УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ, СЕРВИСНЫЙ И ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТРАНСФОРМИРУЕМОЙ ЭКОНОМИКИ 230

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ХРАНЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ
А. Н. Бабаков, А. А. Деркач 230

БИЗНЕС-АРХИТЕКТУРА ЭКОСИСТЕМЫ БАНКА КАК ЕДИНОЕ ПРОСТРАНСТВО ИНТЕГРАЦИИ ЕГО СЕРВИСОВ
Е. А. Балашова 232

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ УПРАВЛЕНИЯ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТЬЮ
Э. С. Вагнер, А. А. Бекбулатова, С. В. Тарута 238

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕСТИТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ
М. Р. Вахитов, Е. Л. Водолажская 242

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК ТРУДА
А. В. Вербенская, Е. Е. Лагутина 246

СТРАХОВАНИЕ НЕДВИЖИМОСТИ, СДАВАЕМОЙ В АРЕНДУ: ПРИНЦИПЫ, МЕТОДЫ, ОСОБЕННОСТИ
В. Д. Волошина 251

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО УПРАВЛЕНИЮ ГОСУДАРСТВЕННОЙ НЕДВИЖИМОСТЬЮ
М. Е. Глущенко 254

ВОПРОСЫ ВОЗМОЖНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА НАЦИОНАЛЬНЫХ КРЕПКИХ СПИРТНЫХ НАПИТКОВ В РОССИИ
М. А. Григорьев, А. И. Ставцев 258

НАЛОГОВЫЙ РИСК ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА
И. В. Григорьев 261

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
А. В. Двойнев, А. В. Тимофеев 266

О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ КРУПНЫХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ
Е. Ю. Дорохина 268

АНАЛИЗ МЕТОДОВ НАЛОГОВОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (В КОНТЕКСТЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)
В. А. Драпеза 272

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОНСАЛТИНГОВОЙ ОТРАСЛИ В РФ
С. С. Ефимова 274

ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА
М. В. Иваненко 278

ОПЫТ КИТАЙСКОЙ СИСТЕМЫ ЭКЗАМЕНОВ КАК КЛЮЧ К ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ КОНКУРСНОГО ОТБОРА ПРИ ПОСТУПЛЕНИИ НА ГОСУДАРСТВЕННУЮ ГРАЖДАНСКУЮ СЛУЖБУ В РОССИИ
А. А. Каневский, И. И. Приходько 282

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ
М. В. Ким, У. Ш. Жоламан 287

СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ
И. Ю. Коваленко 289

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ КОМПЛЕКСОМ (НА ПРИМЕРЕ МИНИСТЕРСТВА ПРОМЫШЛЕННОСТИ, НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ)
А. С. Козина, Т. А. Барчукова 293

ИНФРАСТРУКТУРА КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ
В. А. Коржаков, О. Г. Солнцева 297

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ
А. Ю. Королева 300

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ КАК ФАКТОР ЕГО РАЗВИТИЯ
Л. К. Кузьмина 304

ПУТИ РЕШЕНИЯ МУСОРНЫХ ПРОБЛЕМ В РОССИИ: СРОКИ, РЕЗУЛЬТАТЫ, ВОЗМОЖНОСТИ
Н. А. Кулик, С. В. Вейсерт 308

ВЫПУСК ЦИФРОВЫХ ФИНАНСОВЫХ АКТИВОВ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКА: ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ
М. Р. Кушниренко 311

ВЛИЯНИЕ САНКЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ НА ИЗМЕНЕНИЯ В НАЛОГОВОМ КОДЕКСЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2022 ГОДУ
И. Е. Лазарева, В. Н. Мина 314

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОЗРАЧНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ В РОССИЙСКИХ ПРОЕКТАХ
Е. В. Леун, С. Е. Пчелкин, Т. Н. Гупалова 317

СОЦИАЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕНЕДЖМЕНТА
Д. В. Макеров, О. Ю. Шевченко 322

АСПЕКТЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: АЛГОРИТМ СТРАТЕГИИ ЦИФРОВИЗАЦИИ КОМПАНИИ
И. В. Мальцев, Д. Р. Насибуллин, Л. В. Ещеркина 324

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНОГО КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОСТРОЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ КУРСКОЙ ОБЛАСТИ
А. В. Маякова, М. А. Семенова 327

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ РЕГИОНОВ РФ В 2022 ГОДУ
А. В. Маякова, Э. Ю. Элькинд 331

ДЕЛОВАЯ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ
М. Г. Морозова, Н. Г. Алексеева 334

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ
Ю. А. Мустахитдинова 337

АРЕНДАТОР VS АРЕНДОДАТЕЛЬ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ: ПАРТНЕРЫ ИЛИ СОПЕРНИКИ
М. Е. Непомнящая 339

ТЕХНОПАРК КАК ЭЛЕМЕНТ ИНФРАСТРУКТУРЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА
А. И. Осипова 343

«ЭФФЕКТ КОЛЕИ» НА ПУТИ ИДЕНТИФИКАЦИИ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ЛОВУШЕК
И. В. Пенькова, У. М. Сталькина 348

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ СРЕДНЕСПИСОЧНОЙ ЧИСЛЕННОСТИ РАБОТНИКОВ ОРГАНИЗАЦИЙ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ
Е. А. Перескокова, Н. С. Согрина 352

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМИРУЕМОЙ ЭКОНОМИКИ
Н. В. Пирская, Ю. В. Подповетная 356

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В СФЕРЕ ЗАКУПОК
С. В. Породина, С. Н. Яшин 361

ПРИЧИНЫ РЕЗКОГО ИЗМЕНЕНИЯ КОЛИЧЕСТВА ИНВЕСТОРОВ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19
А. А. Прибытько 364

РОЛЬ РЕКЛАМЫ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАИНДУСТРИИ
Н. В. Рубцова 366

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СЕРВИСНОГО БИЗНЕСА: АВТОМАТИЗАЦИЯ КАЛЕНДАРНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ
А. Г. Саргсян, И. Е. Егорова 369

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
Е. В. Храпова, А. В. Грошева 374

ПРОБЛЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ
О. Ю. Шевченко 379

ПРОГРАММНЫЕ ПРОДУКТЫ АНАЛИЗА ГРАФИЧЕСКОГО КОНТЕНТА В БИЗНЕСЕ
А. Д. Шевырева, А. М. Измайлов 382

РАЗВИТИЕ AGETECH ИННОВАЦИЙ КАК ИНСТРУМЕНТА ИНКЛЮЗИИ НАСЕЛЕНИЯ СТАРШИХ ВОЗРАСТОВ
Н. Н. Шестакова, М. Г. Джанелидзе, М. Б. Скворцова 386

АВТОМАТИЗАЦИЯ И ЦИФРОВИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ВНУТРЕННЕГО ВОДНОГО ТРАНСПОРТА
Ю. В. Шляпина, Д. Б. Газизова 391

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА – ПУТЬ К РАЗВИТИЮ СТРАНЫ
Р. И. Эгамбердиев 395

КОМПЕТЕНЦИИ РАБОТНИКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ФАКТОРЫ ТРАНСФОРМАЦИИ И ВОЗМОЖНОСТИ ТРУДОУСТРОЙСТВА
Е. В. Янченко 399

Секция 3. ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО: СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ, ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ 407

ТУРИЗМ В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ
Д. И. Васина, А. Ю. Горшенин 407

АНАЛИЗ ТУРПОТОКА ПЕРСПЕКТИВНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ
Д. И. Васина, А. Ю. Горшенин 410

БЕГОВАЯ ЭКСКУРСИЯ ПО ГОРОДУ ПЛАСТ: АСПЕКТЫ МЕНЕДЖМЕНТА
Л. Ф. Волегова, А. В. Двойнев 412

УПРАВЛЕНИЕ И ЭКСПЛУАТАЦИЯ ПРИБРЕЖНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ КОМПЛЕКСОВ С УЧЕТОМ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ
И. Г. Выродова, М. С. Арутунян 416

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ
В. С. Генинг 419

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДОВ НА ЭТАПАХ ПРОЦЕССА РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ НА ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ
Н. Е. Золотухин 424

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В УЗБЕКИСТАНЕ
А. А. Кадыров 428

СИНЕРГИЯ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ОБЗАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЕЛГОРОДСКОГО ТЕХНИКУМА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
Л. Г. Клус, Е. Н. Киселева, И. А. Косенко 432

ВНЕДРЕНИЕ ГЕНДЕРНОГО ПОДХОДА В ИНДУСТРИЮ ТУРИЗМА: ВОСПРИЯТИЕ ЖЕНЩИН-РУКОВОДИТЕЛЕЙ
Я. К. Кондрашова 435

О КРЕАТИВНОМ ТУРИЗМЕ И ПОТЕНЦИАЛЕ ЕГО РАЗВИТИЯ В ОМСКОМ РЕГИОНЕ
Е. В. Кулагина 439

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА В АРМЕНИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ
Э. А. Мурадханян, Н. П. Рудникова 442

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА И ЕГО ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
А. С. Павлова 446

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КАМЧАТСКОМ КРАЕ
Т. Г. Проценко, Н. Л. Рогалева, Л. Е. Веняминова 450

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СЕТЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА
М. А. Пушкарев 453

ЭНОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В ПРОЯВЛЕНИИ РАЗНОВИДНОСТИ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА, КУЛЬТУРНЫХ ТРАДИЦИЙ И САМОБЫТНОСТИ ТЕРРИТОРИЙ
О. А. Семина, М. С. Чистяков 456

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТЫВА
С. Х. Шир-оол 458

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ
А. С. Шушпанова 461

СЕКЦИЯ 4. МОЛОДЕЖНАЯ НАУКА 464

МАТРИЦА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯМИ ОРГАНИЗАЦИИ
Е. С. Андреенкова 464

ЧАТ-БОТЫ В СФЕРЕ ПРОДАЖИ НЕДВИЖИМОСТИ
А. В. Балашова 467

РЕКЛАМА В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Ю. В. Барабанщикова, К. К. Скареднова 471

ФЛОТЕЛЬ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ВИД НЕДВИЖИМОСТИ
Я. В. Бахуринская, А. М. Глушакова, Ю. Е. Григорьева 476

АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ
А. А. Березина 478

НЕДВИЖИМОСТЬ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ: ПОНЯТИЯ, СВОЙСТВА, ОСОБЕННОСТИ
Я. А. Бирюкова 482

МОЛОДЁЖНАЯ НАУКА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ
Д. И. Васина, А. Ю. Горшенин 486

РОЛЬ ПРИКЛАДНОГО ХАРАКТЕРА МАТРИЦЫ ПРИ ИЗУЧЕНИИ МАТЕМАТИКИ В ТЕХНИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ
Е. Н. Вирясов 489

ДЕКОМПОЗИЦИЯ МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В ОРГАНИЗАЦИИ
Е. А. Врагова 496

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
А. О. Гаранина, О. В. Филина 503

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ
Г. С. Горбач, А. Д. Фисун 505

АНАЛИЗ ПРАКТИКИ ПРОВЕДЕНИЯ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ
К. И. Грибов 512

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО АУТСОРСИНГА
А. В. Грошева, К. Р. Линде 516

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ: ПОНЯТИЕ, РОЛЬ, ХАРАКТЕРИСТИКИ
К. О. Захарченко 518

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ МОДЕРНИЗАЦИИ ХОЛОДИЛЬНОГО ЦЕХА НЕФТЕХИМИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА
Е. М. Зюлин, Д. К. Мельников 521

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОНКУРСНЫХ ПРОЦЕДУР ПРИ ПОСТУПЛЕНИИ НА ГОСУДАРСТВЕННУЮ ГРАЖДАНСКУЮ СЛУЖБУ В РОССИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРИНЯТИЯ, ИСПОЛНЕНИЯ И ОРГАНИЗАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ
А. А. Каневский 525

ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ
А. Е. Каратаев 530

АНАЛИЗ УРОВНЯ И ДИНАМИКИ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В ХАНТЫ-МАНСИЙСКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ-ЮГРЕ
Е. С. Квач 533

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИИ
А. С. Квашнина, С. А. Рыбалкина 537

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ ВИНК В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ
П. А. Киссер, И. А.Кихтенко, М. В. Триколе 539

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЧНОСТНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОНСТРУКЦИИ ПОРШНЯ
Н. А. Клочков, М. В. Щукина, И. М. Филимонов 543

РАЗВИТИЕ СЫРЬЕВОЙ БАЗЫ КАТАЛИТИЧЕСКОГО КРЕКИНГА НА ПРИМЕРЕ УСТАНОВКИ 43-103 АО «ГАЗПРОМНЕФТЬ-ОНПЗ»
А. С. Коркишко 547

УПРАВЛЕНИЕ ПО ЦЕНТРАМ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СИСТЕМЕ АДМИНИТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА
Е. А. Костенко 551

АНАЛИЗ ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «ММК»)
А. Д. Крышня 556

ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ БИЗНЕСА
Е. С. Кузьмичева 561

ДОХОДНОСТЬ ОБЪЕКТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ И СПОСОБЫ ЕЁ ПОВЫШЕНИЯ
Е. С. Кузьмичева 563

ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ ОЦЕНКИ ПОТРЕБНОСТИ В ОДОБРЕНИИ У СТУДЕНТОВ ГУМАНИТАРНОГО ОБУЧЕНИЯ
В. А. Кучеренко, А. А. Андросова 566

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОТЕРИ ПРИ ПРОСТОЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ
А. С. Лазарев 568

ПЕРСПЕКТИВЫ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ
И. В. Левочкин 571

УПРАВЛЕНИЕ УДАЛЁННОЙ КОМАНДОЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ
М. Н. Лоханская, К. М. Егоркина 576

ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В DIGITAL-СФЕРЕ
Е. О. Лукомская, Н. Г. Кошелева 579

ДОРОЖНЫЕ КАРТЫ КАК ИНСТРУМЕНТЫ ПРИКЛАДНОЙ ИННОВАТИКИ
Е. О. Лукомская, Ю. В. Плохих 585

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АППАРАТА ВОЗДУШНОГО ОХЛАЖДЕНИЯ
В. А. Ляшко 588

ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
К. А. Майорова 591

ЦИФРОВЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ В РОССИЙСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ И ЗА РУБЕЖОМ
Е. П. Мартынова 594

SMM КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ КИНОЛОГИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ
Е. С. Медведевских 597

ИССЛЕДОВАНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ЦЕНТРА ДРЕССИРОВКИ «СОБАЧЬЯ АКАДЕМИЯ»)
Е. С. Медведевских 599

ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ НА РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
Р. В. Морозова 606

ЭВОЛЮЦИЯ В ОФОРМЛЕНИИ БИЗНЕС-ПРЕЗЕНТАЦИЙ
К. С. Москалёва 609

МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ
А. Г. Мухаметзянова 613

НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА ОРГАНИЗАЦИИ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЕЕ ОПТИМИЗАЦИИ
М. И. Панкратова 617

ПРИНЦИПЫ ЯПОНСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЕНИ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ
М. Д. Панфилова, М. Д. Петрова 622

ДОКУМЕНТЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА КАК ОБЪЕКТЫ СУДЕБНО-БУХГАЛТЕРСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ
М. Д. Петрова, М. Д. Панфилова 625

ВИДЫ УСЛУГ В СФЕРЕ ЖКХ
М. Д. Петрова 629

УПРАВЛЕНИЕ ОПЫТОМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА СТРОИТЕЛЬНОМ РЫНКЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
В. С. Петров 634

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ НА РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ ЭКОСИСТЕМЫ
А. С. Постаромова 638

АНАЛИЗ ПЕРЕДОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРИМЕРЕ БЕСПИЛОТНОГО ТАКСИ
М. А. Родичев 642

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ РОССИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И МЕССЕНДЖЕРАХ
С. А. Рыбалкина 644

ЦЕНЫ И МЕХАНИЗМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ
Н. К. Сабирова 648

ЛОНГРИДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ИХ СОЗДАНИЯ
С. А. Свидинская 653

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ НА РЫНКЕ В ТО В
С. А. Свидинская 655

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ КЛАССИФИКАЦИИ ОБЪЕКТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ
С. А. Свидинская 659

ОСОБЕННОСТИ ЖИЗНЕННЫХ ЦИКЛОВ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ
Д. В. Тарабанова 661

ФИНАНСОВЫЕ МАРКЕТПЛЕЙСЫ. РЕЗУЛЬТАТЫ И НОВЫЕ ПУТИ РАЗВИТИЯ
Э. С. Тепикина 666

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМЫ РЕКУПЕРАЦИИ ТЕПЛА
В. В. Турков 671

МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ
К. Н. Халецкая 673

РАЗРАБОТКА НФОРМАЦИОННОЙ ПОДСИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ МАТЕРИАЛОВ АО «АБ «РОССИЯ»)
Е. В. Хроль, Д. П. Беспалова, Л. Е. Попок 677

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА НЕФТЕГАЗОДОБЫВАЮЩУЮ ОТРАСЛЬ
В. А. Шадрин 683

ТВОРЧЕСТВО И ТЕХНОГЕННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ
ДЛЯ ТЕЛЕВИДЕНИЯ ТАШКЕНТСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
Н. Ю. Юсупова 685

Секция 1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

УДК 005.95/.96

ЗНАЧИМОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИИ

А. Е. Абельдинова
Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева, Астана, Казахстан

A. E. Abeldinova
L. N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

Аннотация. В данной статье рассматривается необходимость наличия на предприятиях системы управления персоналом, элементы системы, значимость HR менеджера и его роль в компании. Данные системы позволяют не только отслеживать текущее состояние кадров в организациях, но и оценивать и отбирать персонал, повышать квалификацию и планировать ближайшие кадровые перемещения. В статье показана специфика работы менеджера по персоналу, особенности организации системы управления персоналом на предприятии.

Ключевые слова: HR менеджер, рекрутер, система управления персоналом, персонал, элементы системы управления персоналом.

I. ВВЕДЕНИЕ

HR менеджер, HR директор, менеджер по персоналу, является очень важным специалистом, на которого опирается владелец бизнеса в процессе построения команды. Фактический любой бизнес – это люди, которые в нем работают и пока компания маленькая, это не большой стартап, например, в 5,10,15 человек, все сотрудники находятся на расстоянии вытянутой руки у владельца компании, ему управлять персоналом достаточно легко. Он понимает эмоциональное состояние каждого сотрудника, видит, чем данный человек занят, может дать оценку насколько этот человек эффективен или не эффективен. Пока компания маленькая, HR менеджер будет излишеством, но небольшая компания может нанять рекрутера. Рекрутер и HR – это разные по своей сути должности, потому что HR обращает глобально на качества команды включая подбор персонала, адаптацию, мотивацию, управление моральным климатом, созданием корпоративной культуры, а рекрутер – это человек, который занимается подбором и поиском сотрудников. Поиском стоит заняться намного раньше и внедрять эту функцию с первых дней существования компании. HR – это человек, который появляется на этапе, когда компания дорастает до уровня 30-40 человек и более. Потому что тогда предприниматель начинает терять прямой контакт с людьми и начинает доверять сотрудников компании руководителям. Но можно ли положиться полностью на руководителей, ведь человек может быть хорошим сотрудником, но далеко не факт, что он обладает всеми необходимыми управленческими навыками, так как руководителей в большинстве случаев не учат руководить и это означает, что предприниматель начинает получать риски в своем бизнесе. Риски того, что команда начнет слабеть, корпоративная культура начнет снижаться и падать, люди будут демотивировать себя, будут уходить из компании, либо тратить время на какие-то внутренние проблемы и конфликты, вместо того, чтобы создавать качественный результат. HR это тот человек, который становиться правой рукой руководителя, он является одним из ключевых центров ответственности и далее на протяжении всего развития компании, владелец бизнеса постоянно синхронизирует с HR-ом. То есть, это своего рода технолог команды, который организует качественный процесс подбора сотрудников силами рекрутера. Потому что если HR начнет заниматься поисками кандидатов, то скорее всего, он перестанет быть полноценно хорошим HR менеджером. Он занимается отстройкой процессов водной адаптации, то есть водное обучение персонала, мотивацией, используя инструменты материальной и нематериальной мотивации, постоянно отслеживает моральный климат в коллективе, запуская всевозможные инструменты оценки морального состояния сотрудников и курирует профессиональное развитие руководителей. HR развивает корпоративную культуру в компании, управляет психологией команды, единым набором привычек, которыми живет компания, приручая руководителей взращивать корпоративную культуру и самостоятельно занимается взращиванием корпоративной культуры [1].

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

1. Изучить существующие литературные данные о управлении персоналом.
2. Выявить отличия между описанным в литературных источниках и тем, что было изучено и применено.
3. Определить возможные последствия при игнорировании значимости.

III. ТЕОРИЯ

Элементы эффективной системы управления персоналом компании. Это тот главный фактор, который необходимо построить внутри организации для того, чтобы можно было системно создавать сильную, замотивированную команду чтобы убрать фактор случайности из процесса построения команды. Какие ключевые компоненты должны быть отстроенные в бизнесе для того, чтобы команда была действительно сильной. Первый важный элемент – это организационная структура. С одной стороны, это не совсем HR инструмент. Это инструмент управления компанией, инструмент менеджмента бизнеса. Он имеет очень сильное влияние на систему управления персоналом, потому что фактически организационная структура – это расстановка игроков на поле. Определяется место, которое каждый сотрудник будет занимать внутри компании и определяется требование каждому сотруднику, который будет находиться в организационной структуре. Его подчиненность, подотчётность, кому он будет отчитываться, кому подчиняться в рамках структуры. Так же, определяются процессы взаимодействия между людьми. То есть создается прозрачность процесса управления, исключается фактор, когда сотрудники работают внутри компании и имеют туманное представление о своем месте в компании, своей роли в компании, вкладе в общий результат и тем более о том, чем занимаются другие сотрудники компании. Очень важно выработать у людей такой менталитет, как «мы строим дом» и убрать менталитет «я кладу кирпичи». В очень многих компаниях управление сотрудниками приводит к тому, что мышления людей опирается на второе. Поэтому очень важно разработать эффективную организационную структуру компании.

Вторым элементом является необходимость обеспечить организационную структуру правильными людьми. От того, какие люди работают в компании, напрямую зависит эффективность бизнеса и важно обеспечить приток правильных людей в компанию, поскольку рынок труда позволяет строить очень сильные и хорошие команды в любых станах. Разница в том, что в каждой стране доля тех людей, из которых можно построить действительно сильно включенную, замотивированную команду, крайне мала. В большинстве случаев это менее 3% от всех людей, находящихся на рынке труда. Соответственно функция рекрутинга, подбора персонала является важнейшим элементом эффективной системой управления персоналом. Более того, даже для самой маленькой компании, в которой работают 5 или 10 человек. Может оказаться вполне оправданным человеком в компании – будет штатный рекрутер. Человек, который будет сфокусировано заниматься только подбором персонала. Если понимать, что интенсивность набора новых сотрудников в компанию составляет 2-4 человека в месяц и более то, штатный рекрутер будет оправдан. Функцию подбора персонала необходимо построить и сделать ее системной. Ни в коем случае нельзя допускать, чтобы подбором сотрудников занимались сами линейные руководители на местах. Например, руководитель отдела продаж набирает себе, руководитель производства набирает себе и т.д. Этого нельзя допускать, потому что руководители могут являться сильными специалистами в тех сферах, за которые они отвечают, но в большинстве случаев они будут плохими рекрутерами и HR менеджерами и более того, у них скорее всего не будет времени на это. Поскольку для того, чтобы подобрать действительно эффективного сотрудника нужно достаточно много времени. Эта функция рекрутингов.

Третий элемент – это системный процесс вводной адаптации новых сотрудников. Некий конвейер, который проходят все новые сотрудники, приходящие в компанию, поскольку большинство людей в нашем мире имеют на достаточно низком уровне два важных навыков. Первый навык – это самостоятельное обучение, способность обучиться самостоятельно и второй навык – это способность обучить другого человека. Например, в компании может работать сильный специалист, но скорее всего, он будет не очень хорошим учителем, и те люди, которые будут приходить в компанию, они могут быть отличными кандидатами на данную позицию, но скорее всего они будут не очень хорошими самостоятельными учениками, будет низкая способность к самообразованию и крайне плохо когда руководство выбирает человека с низкой способностью к самообразованию и отдает его в руки к человеку который не умеет учить другого человека. Соответственно получается гремучая смесь, которая приводит к тому, что люди входят в курс конкретной должности в компании, доходят до уровня, когда они способны самостоятельно закрывать свои должностные обязанности на протяжении трёх месяцев, а иногда и полугода. Поэтому крайне важно строить определенный вводный конвейер по обучению сотрудников с обязательном экзаменом в конце.

Следующий элемент – это необходимость строить систему мотивации персонала. Нужно сделать так, чтобы предприниматели системно управляли процессом мотивации персоналом. Имеется два процесса мотивации материальная или финансовая мотивация и нематериальная мотивация [1]. Фактор инструментов нематериальной мотивации больше, чем факторов материальной мотивации. Материальная мотивация важна, потому что она должна быть, но нематериальная мотивация способна оказывать намного больше влияние на сотрудников и необходимо его внедрение на системной основе. Здесь действует принцип «управляешь тем, чем измеряешь» и процесс управления мотивации будет включать в себя инструмент измерения мотивации сотрудников, измерения морального климата в коллективе. Крайне важно управлять моральным климатом в коллективе, температурой, настроением сотрудников внутри компании.

Пятый компонент – это система оценки и развития персонала. Это очень важный компонент системы управления персоналом, потому что для того, чтобы сотрудники становились более квалифицированными мало рассчитывать на их входящие данные, с которыми они приходят в компанию. Важно их регулярно развивать. Это нужно так же делать системно. Делать системно это значит проводит регулярную оценку компетенции, давать сотрудникам обратную связь и разрабатывать индивидуальный план развития и организовывать их эффективный процесс развития компетенции сотрудников. После чего, снова провести оценку, чтобы посмотреть, что получилось, изменилось или улучшилось. Это процесс, который идет на постоянной основе.

Следующий компонент – это корпоративная культура. Корпоративная культура – это воздух, которым дышит вся компания. Корпоративная культура есть в любом бизнесе. В большинстве компании она не управляется. Руководители не занимаются ею, и в результате она превращается в “запущенный сад без садовника”, который может получиться неплохим, но это будет случайность или везение, а в большинстве случаев она будет не очень, потому что в нем будет много сорняков и много негативных проявлении и крайне важно превратить корпоративная культуру в управляемый процесс. Начать заниматься ею.

Последнее – это система управления стратегии компании, стратегическим развитием бизнеса. С одной стороны, такая же, как и организационная структура – это не только инструмент HR функционала. Она касается в принципе глобального менеджмента, управлением бизнеса. Также важна, чтобы построить сильную компанию, потому что важно зарастить у сотрудников сильное ощущение причастности к развитию, чтобы они чувствовали «мы строим дом», а не «я кладу кирпичи». Нужно создать данное мышление у сотрудников. При строении дома, сотрудники вместе создают итоговый результат. Они четко понимают свой вклад, свою подотчётность перед командой. То есть, есть взаимное подотчётность друг перед другом за те результаты, которые они достигают.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Неискренность, вымученность и фальшь улыбки, а то и её отсутствие – это уже верный признак того, что что-то неладно. В любой организации её сотрудники являются той самой лакмусовой бумагой, отражающей внутренние процессы в компании, а потому разумный и прозорливый руководитель всегда будет наблюдать за своими работниками и их моделями поведения. При более детальном изучении проблемы неэффективного менеджмента вы также обнаружите и следующие негативные последствия: некачественное обслуживание клиентов, снижение производительности труда, низкий моральный дух, стрессы и напряжение в коллективе, а также и высокая текучесть кадров.

Финансовые последствия неэффективного менеджмента разрушительны. Элементарная скупость толкает руководителей к сокращению расходов с целью увеличения собственной прибыли, в то время как менеджеры среднего звена вынуждены работать в условиях ограниченного бюджета. Даже в сложные экономические времена истинный лидер способен сплотить и защитить свою команду. Команда же неэффективного руководителя первой принимает на себя удар, а затем уже все негативные последствия плохого менеджмента могут прочувствовать на себе и клиенты.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

1. Некачественное обслуживание клиентов. Руководитель несет ответственность за моральный климат в компании. Излишняя мягкость, небрежность или невнимание топ-менеджмента может выглядеть как перекладывание всей ответственности исключительно на сотрудников. Если же сотрудники сочтут, что с некачественным обслуживанием вполне можно мириться, то подобный стиль работы вскоре войдет в привычку по всей организации – в результате с течением времени ряд клиентов уйдет, а оставшиеся начнут возмущаться и жаловаться.

При некачественном обслуживании вряд ли вы дождетесь восторженных отзывов о работе компании. Если эту проблему не решить вовремя, то далее вы уже столкнетесь со снижением производительности труда.

2. Снижение производительности труда. Когда члены команды поймут, что руководитель не особо занимается вопросами обслуживания клиентов, начнет падать производительность труда. Снижение производительности труда будет стоить компании дополнительных расходов по оплате сверхурочных, а на действительно ответственных и исполнительных сотрудников будет возложено больше задач, то есть их загрузка только возрастет. Если топ-менеджмент не возьмется за решение проблем с производительностью труда, то со временем моральный дух этих ответственных сотрудников существенно снизится.

3. Низкий моральный дух. Низкий моральный дух – это благодатная почва для полного разлада внутри компании. Наступает тот период, когда работники начинают массово пропускать работу по той или иной причине, и довольно скоро неэффективный руководитель будет иметь дело с абсолютно разлаженной и с трудом функционирующей командой. Руководитель начнет ощущать себя пожарником, без остановки тушащим пожары. Тот стресс, который он испытывает, передается и членам команды, поскольку он пытается вернуть себе контроль над тонущим кораблем.

4. Высокий уровень стресса. Работа в стрессовых условиях приводит к более высокому уровню заболеваемости и, как следствие, увеличению расходов по оплате больничных, не говоря уж об отсутствии сотрудников на рабочих местах. Сроки горят, работа не выполняется вовремя. Люди приходят на работу только для того, чтобы дождаться конца рабочего дня. Востребованные специалисты вскоре начнут искать себе новое место работы, и неэффективный руководитель в итоге остается с менее квалифицированным персоналом.

5. Высокая текучесть кадров. Как следствие неэффективного менеджмента ежегодно компании расходуют неоправданно большие суммы денег, в том числе и на обучение новых сотрудников, которые зачастую достаточно быстро уходят в другие компании, будучи неудовлетворенными условиями работы в компании, чье управление оставляет желать лучшего. Истинные руководители, наоборот, взращивают специалистов поэтапно внутри компании, фиксируют их успехи в организации и выстраивают мощную систему кадрового развития и карьерного роста.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Чем раньше компании изменят свою тактику управления персоналом, распределения ответственности и организации рабочих процессов, тем скорее они добьются увеличения прибыли, высокой производительности труда сотрудников, повышения морального духа, менее стрессовой рабочей атмосферы и, как результат, большего количества довольных клиентов.

Какие элементы должны быть встроены для системы эффективного управлением персоналом:

1. Организационная структура. Эффективная организационная структура
2. Эффективная система подбора рекрутинговая в компании.
3. Система эффективной вводной адаптации сотрудников.
4. Эффективная система материальной мотивации команды.
5. Система эффективной нематериальной мотивации команды.
6. Система регулярной оценки и развития персонала.
7. Корпоративная культура, инструменты управления корпоративной культуры компании
8. Система управления стратегическим развитием бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Крымов А. Управление персоналом на 100%: как стать эффективным HR-директором. Санкт-Петербург: Питер, 2010. 329 с.

2. Фаулер С. Почему они не работают? Новый взгляд на мотивацию сотрудников. М.: Альпина Диджитал, 2014. 180 с.

УДК 336.64

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМ СОСТОЯНИЕМ ОРГАНИЗАЦИИ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

О. А. Алаторцева, Д. В. Сухарева, Н. А. Малахова
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Московский институт электронной техники», Москва, Россия.

O. A. Alatortseva, D. V. Sukhareva, N. A. Malakhova
National Research University of Electronic Technology, Moscow, Russia

Аннотация. В данной научной статье рассмотрены вопросы управления финансовым состоянием организации, в том числе изучены ключевые этапы процесса управления финансовым состоянием предприятия. На примере производственной компании АО «БСК» проведена оценка основных показателей ее деятельности. В ходе анализа использована однофакторная модель оптимизации бухгалтерского баланса, разработанная А.В. Грачевым. На основании полученных данных выявлены основные проблемы организации и предложены управленческие решения, позволяющие улучшить ее финансовое состояние.

Ключевые слова: управление финансовым состоянием, показатели надежности, оценка финансового состояния, финансовая устойчивость.

I. ВВЕДЕНИЕ

При существующей рыночной системе каждому предприятию необходимо оценивать и грамотно управлять финансовым состоянием для сохранения конкурентоспособности и преимуществ среди предприятий, занимающихся схожими видами деятельности, в инвестиционной и кредитной привлекательности, выборе поставщиков и подборе квалифицированных кадров. Появляется потребность в разработке действенной системы методов и приемов, позволяющих в короткие сроки оценить состояние организации, ее способность к развитию, адаптации к турбулентным условиям внешней среды и увеличению рыночной стоимости [3]. Поэтому управление финансовым состоянием компании относится к числу наиболее важных направлений финансового менеджмента.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В рамках настоящего исследования поставлены следующие основные задачи:

1. Провести оценку финансового состояния АО «БСК» и применить метод оптимизации баланса с помощью корректировки статей, используя модель А.В. Грачева.
2. На основе проведенного анализа предложить мероприятия, позволяющие оптимизировать деятельность предприятия и повысить его производственный потенциал.

III. ТЕОРИЯ

Управление финансовым состоянием организации начинается с подготовки различных видов отчетности (бухгалтерской, налоговой и т.д.) для последующего анализа. В свою очередь, финансовый анализ напрямую зависит от поставленной цели его проведения, а полученные по итогам анализа результаты используются для оценки текущей деятельности организации и выявления имеющихся проблем. Также данное мероприятие выступает основным инструментом долгосрочного планирования, как для каждого показателя в отдельности, так и для финансовой деятельности предприятия в целом [2].

Основой проведения финансового анализа является именно бухгалтерский баланс. Использование представленной в нем исходной информации позволяет рассчитывать коэффициенты ликвидности и платежеспособности, финансовой устойчивости и деловой активности, проводить анализ статей баланса и т.д. Однако важно учитывать, что выводы, сформированные по результатам проведения финансового анализа, могут искажать действительную оценку финансового состояния организации. Это обусловлено тем, что в бухгалтерском балансе вся информация представлена по состоянию на начало и конец отчетного периода (можно говорить об отсутствии промежуточной информации) [3].

Следует отметить важность анализа ликвидности и платежеспособности при осуществлении управления финансовым состоянием организации (соответственно, при проведении общего финансового анализа). Низкий уровень ликвидности организации свидетельствует о полной или частичной потере вложенного капитала, возможном недополучении прибыли, неэффективном управлении денежными средствами [4]. В свою очередь, низкий уровень платежеспособности говорит о невозможности в установленные сроки погасить все свои краткосрочные и/или долгосрочные обязательства. Данные аспекты значительно затрудняют оптимизацию деятельности организации посредством управления ее финансовым состоянием.

Однако, вышеупомянутая возможность искажения оценки финансового состояния организации (в связи с особенностями составления бухгалтерского баланса) распространяется и в случае расчета коэффициентов ликвидности и платежеспособности. Причиной этого являются некоторые недостатки традиционного финансового анализа. Например то, что используемые формулы расчета коэффициентов и рекомендуемые оптимальные значения этих показателей нельзя назвать бесспорными. Тем не менее, это не отменяет важности анализа ликвидности и платёжеспособности, поскольку данные коэффициенты являются не только оценочными показателями финансового состояния организации, но и зачастую выступают в качестве решающего аспекта в вопросе одобрения банком предоставления организации кредитных ресурсов [3].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТА

Проведем оценку финансового состояния АО «Башкирская содовая компания», являющегося одним из крупнейших химических предприятий России, применив метод оптимизации баланса А.В. Грачева.

Первым шагом является укрупнение структуры баланса (табл. 1), с этой целью необходимо преобразовать баланс, суммируя экономически однородные балансовые показатели.

Таблица 1

Укрупненная структура баланса АО «БСК»

Актив	**Тыс. руб.**	**Пассив**	**Тыс. руб.**
Внеоборотные активы (ВОА)	31 672 887,00	Собственный капитал (СК)	29 316 386,00
Оборотные активы (ОА), в т.ч:	18 082 526,00	Заемный капитал (ЗК), в т.ч:	20 439 027,00
Запасы (З)	5 083 965,00	Долгосрочные обязательства (ДО)	9 934 523,00
Дебиторская задолженность (ДЗ)	2 559 873,00	Краткосрочные обязательства (КО)	10 504 504,00
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения (ДС)	10 438 688,00		
Валюта баланса (ВБ)	49 755 413,00	Валюта баланса (ВБ)	49 755 413,00

Вторым шагом отберем семь показателей надежности, для которых существуют нормативные ограничения (табл. 2).

Таблица 2

Основные показатели надежности АО «БСК»

Наименование показателей	**Формула расчета**	**Значение**	
		Фактическое	**Нормативное**
Коэффициент текущей ликвидности	ОА/КО	1,72	2-2,5
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	(СК-ВОА)/ОА	-0,46	>0,1
Коэффициент автономии	СК/ВБ	0,59	0,5-1
Коэффициент финансового равновесия	ЗК/ВБ	0,41	0,1-1
Коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками	(ОА-КО)/З	-0,46	1-2
Коэффициент структуры капитала (финансирования)	СК/(ДО+КО)	1,43	>0,5
Коэффициент финансовой зависимости (соотношения заемных и собственных средств)	(ДО+КО)/СК	0,70	<1

Стоит отметить, что именно эти показатели отражают результаты текущей деятельности предприятия, а при использовании данного метода управления финансовым состоянием корректировке подлежат оборотные активы, собственный капитал и краткосрочные обязательства. При этом внеоборотные активы и долгосрочные обязательства не изменяются [3].

Из полученных данных таблицы 2 видно, что не все финансовые показатели АО «БСК», взятые для анализа, соответствуют нормативным значениям. Это связано с большой долей краткосрочных обязательств, недостатком оборотных активов и нехваткой собственного капитала для покрытия всех внеоборотных активов.

Третьим шагом является выбор статей баланса для проведения корректировки. Внесем в раздел «Пассивы» и «Активы» одну и ту же неотрицательную величину X и получим преобразованный баланс анализируемого предприятия. Так как в 2021 году у АО «БСК» наблюдается низкая доля собственного капитала, будем прибавлять значение X именно к этой статье баланса (табл. 3).

Таблица 3

Преобразованный баланс АО «БСК»

Актив	Тыс. руб.	Пассив	Тыс. руб.
Внеоборотные активы (ВОА)	31 672 887,00	Собственный капитал (СК)	29 316 386,00 + X
Оборотные активы (ОА), в т.ч.:	18 082 526,00 + X	Заемный капитал (ЗК), в т.ч.:	20 439 027,00
Запасы (З)	5 083 965,00	Долгосрочные обязательства (ДО)	9 934 523,00
Дебиторская задолженность (ДЗ)	2 559 873,00	Краткосрочные обязательства (КО)	10 504 504,00
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения (ДС)	10 438 688,00 + X		
Валюта баланса (ВБ)	49 755 413,00 + X	Валюта баланса (ВБ)	49 755 413,00 + X

Следующим, четвертым шагом, необходимо задать ограничения и решить полученную систему уравнений, а далее выбрать максимальное значение из нижних границ и минимальное значение из верхних границ. Это позволит определить интервал, в котором может производиться корректировка статей баланса. Воспользуемся формулами системы ограничений (1) и подставим в них значения статей баланса АО «БСК» (2).

$$\begin{cases} ОА + X > 2 * КО; \\ (СК + X - ВОА)/(ОА + X) > 0{,}1; \\ 0{,}5 < (СК + X)/(ВБ + X) < 1; \\ 0{,}1 < ЗК/(ВБ + X) < 1; \\ 1 < (ОА + X - КО)/З < 2; \\ ЗК < 2 * (СК + X); \\ ЗК < СК + X; \\ X > -ОА; \\ X > -ДС; \\ X > -СК; \\ X > -И. \end{cases} \quad 1)$$

$$\begin{cases} 18\,082\,526{,}00 + X > 2 * 10\,504\,504{,}00 \\ (29\,316\,386{,}00 + X - 31\,672\,887{,}00)/(18\,082\,526{,}00 + X) > 0{,}1 \\ 0{,}5 < (29\,316\,386{,}00 + X) / (49\,755\,413{,}00 + X) < 1 \\ 0{,}1 < 20\,439\,027{,}00 / (49\,755\,413{,}00 + X) < 1 \\ 1 < (18\,082\,526{,}00 + X - 10\,504\,504{,}00) / 5\,083\,965{,}00 < 2 \\ 20\,439\,027{,}00 < 2 * (29\,316\,386{,}00 + X) \\ 20\,439\,027{,}00 < 29\,316\,386{,}00 + X \\ X > -18\,082\,526{,}00 \\ X > -10\,438\,688{,}00 \\ X > -29\,316\,386{,}00 \\ X > -49\,755\,413{,}00 \end{cases} \quad 2)$$

Решим систему уравнений (3). Таким образом, в результате получаем неравенство: 4 627 504 тыс. руб. ≤ ≤ X ≤ 2 589 908 тыс. руб. Неравенство не выполняется, поэтому мы делаем вывод, что в ближайшее время АО «БСК» не сможет привести к нормативным значениям все отобранные основные показатели надежности.

$$\begin{cases} 2\,926\,482{,}00 \\ \mathbf{4\,627\,504{,}00} \\ -8\,877\,359{,}00 \\ -29\,316\,386{,}00 \\ -2\,494\,057{,}00 \\ -19\,096\,872{,}50 \\ -8\,877\,359{,}00 \\ -18\,082\,526{,}00 \\ -10\,438\,688{,}00 \\ -29\,316\,386{,}00 \\ -49\,755\,413{,}00 \end{cases} \leq X \leq \begin{matrix} \mathbf{154\,634\,857{,}00} \\ 2\,589\,908 \end{matrix} \qquad 3)$$

В связи с этим необходимо пренебречь нормативным значением показателя обеспеченности запасами из собственных источников, которое не может быть достигнуто в настоящей деятельности анализируемого предприятия в силу сложившихся сложных обстоятельств функционирования на рынке. Тогда получим новое неравенство для «X»: 4 627 504,00 тыс. руб. ≤ X≤ 154 634 857,00 тыс. руб. Неравенство верно, значит, любое значение корректировки, взятое из этого интервала, будет приемлемым.

Пятым шагом необходимо пересчитать значения статей баланса АО «БСК» с учетом суммы X, выбор которой необходимо обосновать. Учитывая сегодняшние возможности по расширению компании, возьмем минимальное значение корректировки статей баланса, т.е. пусть X будет равен 4 627 504 тыс. руб. (табл. 4).

Таблица 4

Изменение статей баланса АО «БСК» с учетом их корректировки

Статьи баланса	Факт, тыс. руб.	План, тыс. руб.	Темп прироста, %
ВОА	31 672 887,00	31 672 887,00	-
ОА:	18 082 526,00	22 710 030,00	26
З	5 083 965,00	5 083 965,00	-
ДЗ	2 559 873,00	2 559 873,00	-
ДС	10 438 688,00	15 066 192,00	44
СК	29 316 386,00	33 943 890,00	16
ЗК:	20 439 027,00	20 439 027,00	-
ДО	9 934 523,00	9 934 523,00	-
КО	10 504 504,00	10 504 504,00	-
ВБ	49 755 413,00	54 382 917,00	9

Также пересчитаем основные показатели надежности и проведем их сравнительный анализ (табл. 5).

Таблица 5

Сравнительный анализ показателей надежности АО «БСК»

Наименование показателей	Формула расчета	Значение		
		Фактическое	Плановое	Нормативное
Коэффициент текущей ликвидности	ОА/КО	1,72	2,16	2-2,5
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	(СК-ВОА)/ОА	-0,46	0,10	>0,1
Коэффициент автономии	СК/ВБ	0,59	0,62	0,5-1
Коэффициент финансового равновесия	ЗК/ВБ	0,41	0,38	0,1-1
Коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками	(ОА-КО)/З	-0,46	2,40	1-2

Окончание табл. 5

Наименование показателей	Формула расчета	Значение		
		Фактическое	Плановое	Нормативное
Коэффициент структуры капитала (финансирования)	СК/(ДО+КО)	1,43	1,66	>0,5
Коэффициент финансовой зависимости (соотношения заемных и собственных средств)	(ДО+КО)/СК	0,7	0,60	<1

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

При скорректированной структуре баланса шесть из семи рассматриваемых нами показателей надежности АО «БСК» пришли в норму, только значение коэффициента обеспеченности запасов собственными источниками выше нормативного значения, это означает что компания ощущает недостаток ресурсов для бесперебойной работы. Однако только по одному критерию нельзя говорить о нестабильном финансовом состоянии организации, вывод об устойчивости компании выносится по результатам проведения комплексного финансового анализа.

Таким образом, можно дать следующие рекомендации по управлению финансовым состоянием, которые позволят, на наш взгляд, повысить эффективность деятельности анализируемого предприятия:

- наращивание величины оборотных активов, в т.ч. за счет увеличения объема денежных средств на сумму корректировки в результате увеличения объемов производства и отпускных цен на продукцию. Далее следует не «замораживать» полученные средства, а направлять на развитие производства;
- увеличение суммы собственного капитала за счет роста чистой прибыли и привлечения средств акционеров;
- совершенствование кредитной политики организации, заключающейся в совершенствовании работы с дебиторской и кредиторской задолженностями;
- совершенствование системы учета и контроля за расходами организации;
- внедрение новой или оптимизация уже имеющейся системы заказов;
- перераспределение загрузки мощностей и оборудования.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Управление финансовым состоянием организации – достаточно сложный процесс, требующий учета большого количества показателей. Метод А.В. Грачева, рассмотренный в данной статье на примере АО «БСК», позволяет оценить фактическое положение компании и определить приемлемые значения основных показателей надежности, ориентируясь на которые, организация сможет разработать комплекс мер по повышению эффективности своей деятельности. Однако, при проведении оптимизации баланса стоит учитывать, что данный подход подразумевает изменение исключительно текущей деятельности организации, а значит, пересматривается только остаток собственных денежных средств компании.

Таким образом, проведенный анализ позволяет принять управленческие решения, улучшающие финансовое состояние организации.

СПИСОК ЛИТЕРТУРЫ

1. Корпоративное планирование развития компании: сбалансированность, устойчивость, пропорциональность: моногр. / под ред. Ю. П. Анискина. М.: Омега-Л, 2012. 359 с.

2. Вацанаева М. М., Делаева Л. У., Хасиева А. С., Эбазуева Ф. С. Финансовая отчетность организации - основа анализа финансового состояния и показателей финансовых результатов деятельности организации // Актуальные вопросы современной экономики. 2019. № 5. С. 737–742.

3. Грачев А. В. Многофакторная модель оптимизации бухгалтерского баланса // Аудит и финансовый анализ. 2007. № 3. С. 057–069.

4. Мороз Н. Ю., Солопова Е. С. Ликвидность и платежеспособность как основные показатели финансового состояния организации // Вопросы устойчивости развития общества. 2021. № 4. С. 78–82.

УДК 358.001

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ КАК ОБЪЕКТ БИЗНЕС-АНАЛИЗА

Л. А. Андриянов, Д. В. Галахов
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Орловский филиал), г. Орёл, Россия

L. A. Andriyanov, D. V. Galakhov
Financial University under the Government of the Russian Federation (Orel branch), Orel, Russia

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические положения бизнес-моделирования, способы анализа эффективности бизнес-моделей. Показана необходимость выбора оптимальной модели в зависимости от имеющейся стратегией деятельности компании. Предложена методика сравнения эффективности бизнес моделей компаний.

Ключевые слова: бизнес-модель, бизнес-процессы, стратегия.

I. ВВЕДЕНИЕ

Стабильное и эффективное функционирование предприятия на протяжение длительного периода времени свидетельствует об успешной бизнес-модели, доказывающей рентабельность стратегии. Важно понимать, что убыточные предприятия или новые компании на рынке при создании модели своего бизнеса должны учитывать, что им необходимо показать хотя бы минимальные положительные результаты и убедить в жизнеспособности и перспективности своей деятельности.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Понятие бизнес-модели используется при анализе и схематичном описании взаимосвязанных бизнес-процессов, происходящих в компании. Бизнес-модель компании наглядно показывает, что продавать, кто является целевой аудиторией и какой способ продажи выбрать, а также насколько это будет выгодно. Существуют готовые бизнес-модели, такие как франшиза, дистрибьютоорство и другие. Чтобы создать собственную модель необходимо определить уникальное торговое предложение, издержки и описать процессы [1].

Тем самым, можно сделать вывод, что бизнес-модель – анализ бизнес-процессов компании, описанные и представленные в виде схемы [15]. Именно схематичное представление свидетельствует о том, что модель бизнеса вовсе не углубленный анализ, а экспресс-анализ деятельности организаций, который позволяет найти ответы на следующие вопросы:

– Какими способами развивать деятельность компании?

– Какой способ оптимизации бизнес-процессов наиболее эффективный?

– Что необходимо для роста бизнеса?

III. ТЕОРИЯ

Существует достаточное количество готовых бизнес-моделей, но наиболее известен шаблон, разработанный и представленный такими учеными, как Александр Остервальдер и Ив Пинье. Они создали Business Model Canvas – шаблон бизнес-модели компании, состоящий из 9 блоков, характеризующих ключевые составляющие любого бизнеса (рис. 1) [16].

Подобная модель бизнеса компании необходима, прежде всего, заинтересованным инвесторам, которые желают вложить денежные средства в рассматриваемую компанию. Для этого им необходимо изучить ее бизнес-модель и понять насколько будут окупаемы вложения. Именно бизнес-модель позволяет упростить процесс запуска проекта.

Зачастую бизнес-модели содержат три основных взаимосвязанных элемента (рис. 2) [2].

Денежные потоки компании во многом зависят от действующей в организации бизнес-модели, которая также влияет и на ее рыночную стоимость. Причем данный показатель формируют также другие внутренние коэффициенты, на которые влияет ряд факторов. Конечным результатом оценки модели является показатель рентабельности собственного капитала (Return on Equity, ROE). Тем самым, имея данные по данному коэффициенту, можно оценить эффективность выстроенной бизнес-модели компании [3].

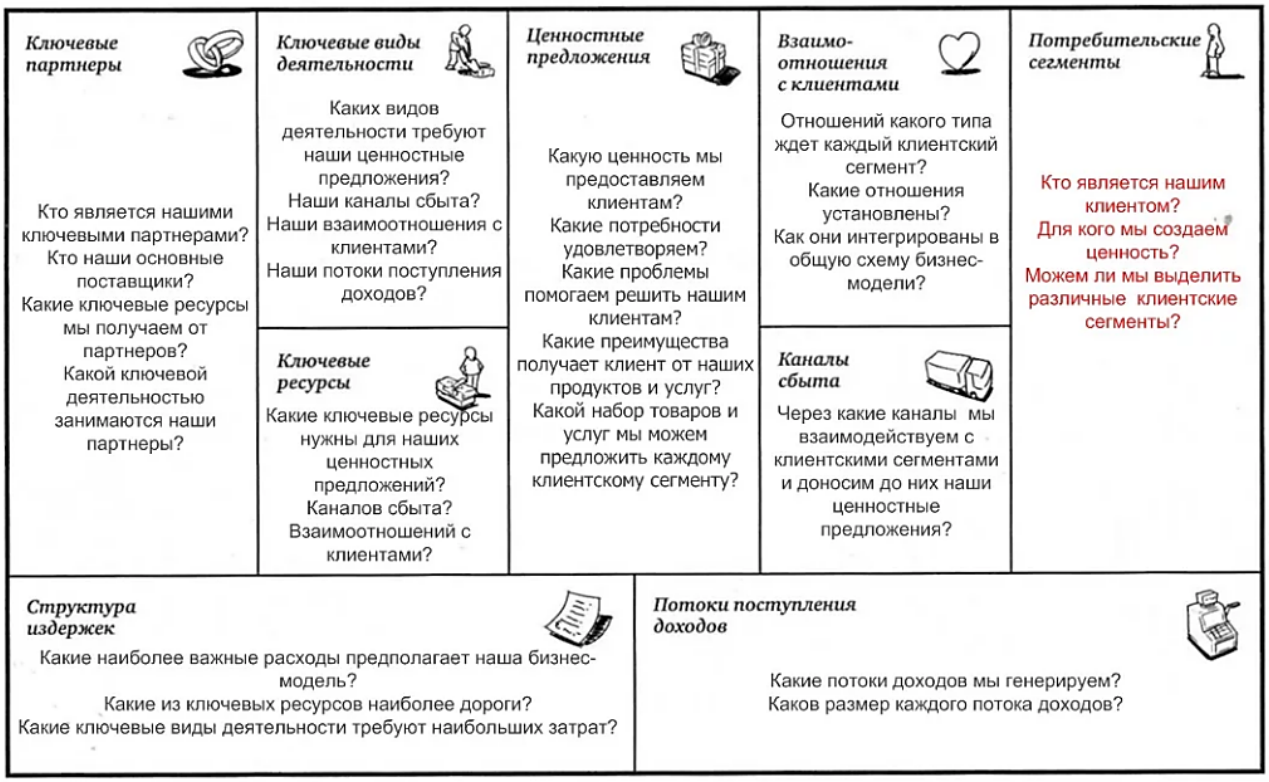


Рис. 1. Канва бизнес-модели



Рис. 2. Элементы бизнес-модели

В соответствии с этим коэффициент ROE рассчитывается по формуле 1, где в качестве числителя выступает значение чистой прибыли компании (ЧП), а в качестве знаменателя – собственного капитала (СК):

$$ROE=ЧП/СК, \quad (1)$$

Расчет показателя рентабельности собственного капитала основан на модели Дюпона (DuPont model). В модели Дюпона используются показатели активов (А) компании, ее выручка (В) в тыс.руб., а также коэффи-

циент рентабельности продаж по чистой прибыли в процентном выражении ($R_{ЧП}$), оборачиваемости активов ($О_А$) и финансовой зависимости ($К_{ФЗ}$), и выглядит следующим образом (формула 2):

$$ROE = R_{ЧП} * О_А * К_{ФЗ} = ЧП / В * В/А * А/СК , \quad (2)$$

Стоит отметить, что три множителя представленной формулы ($R_{ЧП}$, $О_А$, $К_{ФЗ}$) характеризуют три вида хозяйственной деятельности любой организации, то есть операционную, инвестиционную и финансовую.

Тем самым, применяя формулу Дюпона становится возможным провести сравнительный анализ бизнес-моделей компаний на основе показателей приведенных в таблице 1.

Таблица 1

Финансово-экономические показатели деятельности компаний

№ п/п	Показатель	Обозначение	Формула
Данные для расчета			
1	Выручка от реализации товаров, работ (услуг), тыс. руб.	В	
2	Чистая прибыль, тыс. руб.	ЧП	
3	Активы, тыс. руб.	А	
4	Собственный капитал, тыс. руб.	СК	
Расчетная часть			
5	Рентабельность собственного капитала, %	ROE	стр. 2 / стр. 4 * 100
6	Рентабельность продаж по чистой прибыли, %	RЧП	стр. 2 / стр. 1 * 100
7	Оборачиваемость активов, оборотов	ОА	стр. 1 / стр. 3
8	Коэффициент финансовой зависимости	КФЗ	стр. 3 / стр. 4

Однако такая форма проведения оценки является недостаточно точной. Для проведения более углубленного анализа необходимо каждый из элементов трехфакторной модели Дюпона детализировать [10].

Разложение коэффициента рентабельности продаж по чистой прибыли на множители, содержащие значения валовой прибыли (ВП), прибыли до вычета процентов и налогов (EBIT) и прибыли до налогообложения (ПДН), позволяет детально рассмотреть различные уровни прибыли компании (формула 3).

$$R_{ЧП} = ВП / В * EBIT/ВП * ПДН/EBIT * ЧП/ПДН , \quad (3)$$

Следующий показатель, оборачиваемость активов, раскладывается на шесть элементов, которые характеризуют состав активов компании, то есть денежные средства (ДС), дебиторская задолженность (ДЗ), запасы (З), основные средства (ОС), прочие оборотные активы (ПОА) и прочие внеоборотные активы (ПВА) (формула 4).

Такое разложение показателя оборачиваемости активов свидетельствует об уровне эффективности управления активами компании

$$О_А = \frac{365}{\frac{ДС * 365}{В} + \frac{ДЗ * 365}{В} + \frac{З * 365}{В} + \frac{ПОА * 365}{В} + \frac{ОС * 365}{В} + \frac{ПВА * 365}{В}} , \quad (4)$$

С помощью формулы 5, в которой коэффициент финансовой зависимости раскладывается на два фактора с учетом заемного капитала (ЗК), собственного капитала (СК) и беспроцентных обязательств (БПО), проводится анализ долговой нагрузки и оценивается ее влияние на рентабельность [11].

$$К_{ФЗ} = (ЗК / СК + БПО/СК + 1), \quad (5)$$

Итогом проводимой декомпозиции элементов формулы 2, путем подстановки рассмотренных формул 3-5 в формулу 6, образуется двенадцатифакторная модель рентабельности собственного капитала.

$$ROE = ВП /В * EBIT/ВП * ПДН/EBIT * ЧП/ПДН *$$

(6)

$$* \frac{365}{\frac{ДС * 365}{В} + \frac{ДЗ * 365}{В} + \frac{З * 365}{В} + \frac{ПОА * 365}{В} + \frac{ОС * 365}{В} + \frac{ПВА * 365}{В}} *$$

Такое представление модели ROE позволит детально проанализировать финансово-экономическую деятельность компаний (табл. 2) [14].

Таблица 2

Данные для проведения детального анализа

№ п/п	Показатель	Обозначение
1	2	3
1	Выручка от реализации товаров, работ (услуг)	В
2	Валовая прибыль	ВП
3	Прибыль до вычета процентов и налогов	EBIT
4	Прибыль до налогообложения	ПДН
5	Чистая прибыль	ЧП
6	Денежные средства	ДС
7	Дебиторская задолженность	ДЗ
8	Запасы	З
9	Прочие оборотные активы	ПОА
10	Основные средства	ОС
11	Прочие внеоборотные активы	ПВА
12	Заемный капитал	ЗК
13	Собственный капитал	СК
14	Беспроцентные обязательства	БПО

После представления необходимых для расчетов данных, формируется таблица 3.

Таблица 3

Расчет финансово-экономических показателей для 12-факторной модели roe

№ п/п	Показатель	Обозначение	Формула расчета (номера строк табл. 2)
1	2	3	4
1	Валовая маржа, %	ВМ	стр. 2 / стр. 1
2	Эффект от коммерческих и управленческих расходов	ЭКиУР	стр. 3 / стр. 2
3	Эффект от финансовой деятельности	ЭФД	стр. 4 / стр. 3
4	Налоговый эффект	НЭ	стр. 5 / стр. 4
5	Управление денежными средствами, дн.	УДС	стр. 6 * 365 / стр. 1
6	Управление дебиторской задолженностью, дн.	УДЗ	стр. 7 * 365 / стр. 1
7	Управление запасами, дн.	УЗ	стр. 8 * 365 / стр. 1
8	Управление прочими оборотными активами, дн.	УПОА	стр. 9 * 365 / стр. 1
9	Управление основными средствами, дн.	УОС	стр. 10 * 365 / стр. 1
10	Управление прочими внеоборотными активами, дн.	УПВА	стр. 11 * 365 / стр. 1
11	Долговая нагрузка	ДН	стр. 12 / стр. 13
12	Уровень беспроцентных обязательств в собственном капитале	УБПО	стр. 14 / стр. 13

IV. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, чтобы провести сравнительный анализ деятельности компаний необходимо провести расчеты рассмотренных ранее таблиц. Затем на основе полученных данных построить лепестковую диаграмму (в данном случае – двенадцатиконечную звезду, эрцгамму). Рассмотренная методика считается эффективным инструментом для оценки и сравнения эффективности бизнес-моделей компаний. Стоит отметить, что интерпретация данных графического изображения результатов анализа происходит с учетом следующего правила: «ситуация в компании тем лучше, чем дальше от центра эрцгаммы определенный коэффициент расположен». Также использование эрцгаммы способствует выявлению слабых и сильных сторон, возможностей и угроз для компании, то есть эффективному проведению SWOT-анализа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акуленко Н. Б., Гарнова В. Ю., Колоколов В. А. Экономический анализ: учеб. пособие. Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2019. 157 с. URL: https://znanium.com/catalog/product/1010107 (дата обращения: 11.10.2022).
2. Алтухова М. В. Как оценить бизнес-модель компании. URL: https://www.cfin.ru/finanalysis/math/business_model.shtml (дата обращения: 11.10.2022).
3. Бариленко В. И., Бердников В. В., Гавель О. Ю., Керимова Ч. В. Аналитическое обоснование конкурентоспособных бизнес-моделей: учеб. пособие / под ред. В. И. Бариленко. М.: Русайнс, 2020. 308 с. URL: https://book.ru/book/934082 (дата обращения: 11.10.2022).
4. Бариленко В. И. Методология бизнес-анализа: учеб. пособие для студ., обуч. по напр. «Экономика», «Экономика и управление» и «Менеджмент» / Финуниверситет. М.: Кнорус, 2018. 190 с. (Магистратура).
5. Усенко Л. Н., Чернышева Ю. Г., Гончарова Л. В. [и др.]. Бизнес-анализ деятельности организации: учеб. / под ред. Л. Н. Усенко. Москва: ИНФРА-М, 2021. 560 с.
6. Бизнес-модель. Мы заботимся о своих покупателях // Магнит: сайт. URL: https://www.magnit.com/ru/about-company/business-model/ (дата обращения: 11.10.2022).
7. Гассман О., Франкенбергер К., Шик М. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: учеб. пособие. Москва: Альпина Пабл., 2018. 432 с. URL: https://znanium.com/catalog/product/912217 (дата обращения: 11.10.2022).
8. Гобарева Я. Л., Городецкая О. Ю., Золотарюк А. В. Бизнес-аналитика средствами Excel: учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Вузовский учебник, 2021. 350 с.
9. Интерфакс - Сервер раскрытия информации (ООО «Лента»). URL: https://www.e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=38380&attempt=1 (дата обращения: 11.10.2022).
10. Казакова Н. А. Экономический анализ: учеб. М.: ИНФРА-М, 2022. 343 с. + CD-R. (Высшее образование).
11. Куприянова Л. М. Финансовый анализ: учеб. пособие / Л. М. Куприянова. М.: ИНФРА-М, 2023. 157 с. URL: https://znanium.com/catalog/product/1909158 (дата обращения: 11.10.2022).
12. Литовченко В. П. Финансовый анализ : учеб. пособие. 2-е изд. Москва: Дашков и К°, 2018. 214 с. URL: https://znanium.com/catalog/product/1449825 (дата обращения: 11.10.2022).
13. Магретта Д. Трансформация бизнес-модели. М.: Альпина Паблишер, 2021. 170 с. (Серия «Harvard Business Review: 10 лучших статей»). URL: https://znanium.com/catalog/product/1841901 (дата обращения: 11.10.2022).
14. Никифорова Н. А. Комплексный экономический анализ: учеб. для напр. бакалавриата «Экономика» и «Менеджмент» / Финуниверситет. М.: Кнорус, 2021. 439 с.
15. Основы бизнес-анализа: учеб. пособие для студ., обуч. по напр. «Экономика» и «Менеджмент» (уровень магистратуры) / под ред. В. И. Бариленко. М.: Кнорус, 2020. 270 с. URL: https://book.ru/book/934054 (дата обращения: 11.10.2022).
16. Чернышева Ю. Г. Бизнес-анализ: учеб. М.: ИНФРА-М, 2023. 648 с. URL: https://znanium.com/catalog/product/1893972 (дата обращения: 11.10.2022).

УДК 005.5

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЫНКА С ЦЕЛЬЮ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ

А. А. Андрющенко, Т. М. Одинцова
Севастопольский государственный университет, г. Севастополь, Россия

A. A. Andryushchenko, T. M. Odintsova
Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

Аннотация. В статье рассмотрены теоретическо-методические вопросы проведения стратегического анализа, показаны этапы его реализации в качестве инструмента разработки стратегии. На примере конкретного предприятия дан прогноз продаж и тенденций рынка, а также выбор перспективных направлений для дальнейшего развития.

Ключевые слова: стратегический анализ, бизнес-планирование, перспективные направления рынка, стратегия, прогнозирование продаж.

I. ВВЕДЕНИЕ

Результативность деятельности любой компании на сбытовом рынке его продукции зачастую зависима от корректности выбора главного направления-вектора в бизнесе. Однако при выборе данного основного вектора бизнеса нужно брать во внимание неустойчивость ситуации на рынке в настоящий момент и учитывать возможное влияние различных факторов извне, а именно:

- динамика роста/снижения потребительского спроса;
- действия конкурентов;
- выход на рынок новых игроков-конкурентов или появление на рынке аналогов продукции компании;
- развитие технологий и инноваций и др.

Чтобы своевременно реагировать на влияние рыночных факторов, оставаться конкурентоспособным в долгосрочной перспективе, предприятию нужно прогнозировать:

- какие направления и в каком размере будут генерировать прибыль в будущем;
- какие направления перестанут быть рентабельными или станут убыточными.

Наилучший инструмент решения этой задачи — стратегический анализ рынка [3, с. 45].

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель данной публикации - обоснование теоретических, методических и практических вопросов стратегического анализа и его роли в выборе наиболее перспективных направлений бизнеса, и выработке рекомендаций по повышению рентабельности компании и повышению устойчивости на рынке. Для достижения цели авторами, в частности, была поставлена задача рассмотрения стратегического анализа поэтапно в разрезе конкретного предприятия ООО «Лидер Крым» с дачей конкретных рекомендаций.

Проведение исследования основано на общенаучных методах, на специальных методах описательного, причинно-следственного характера с использованием сравнения и изучения накопленного опыта, анализа и синтеза. Также для написания статьи использованы горизонтальный и вертикальный анализ. В качестве материалов исследования использованы научная литература в области изучения стратегического анализа, а также бухгалтерская и управленческая документация исследуемого предприятия.

III. ТЕОРИЯ

Стратегический анализ рынка сбыта предусматривает не только изучение фактических результатов работы компании, но и проецирование их тенденций на долгосрочную перспективу. Это требуется, чтобы понимать:

- насколько целесообразно инвестировать средства в развитие перспективных направлений;
- могут ли стать выгодными в будущем направления, малоперспективные на момент анализа [2, с.100].

Чтобы составить такой прогноз, нам потребуются следующие данные за прошедшие периоды (как правило, необходим диапазон 3-5 лет):

- тенденции емкости рынка по регионам и группам продукции;
- тенденция динамики средних цен на исследуемые группы продукции;

- тенденция динамики покупательской способности населения в регионах сбыта продукции компании;
- тенденции покупательских предпочтений по группам продукции.

Эти данные можно получить из различных источников:
- маркетинговые исследования;
- статистические данные;
- учетные данные компании;
- опросы, анкетирование покупателей и т.д.

Для расчета тенденции емкости рынка сбыта удобно воспользоваться аналитической формой, в которой мы отразим объем рынка за периоды, предшествующие расчетному. При этом первый год этих периодов принимаем равным единице, а в каждом последующем указываем соотношение объема расчетного года к предыдущему.

Применительно к предприятию ООО «Лидер Крым» указываем индексы емкости рынка с 2018 по 2021 гг. (таблица 1).

Таблица 1

Тенденции емкости рынка сбыта продукции компании ООО «Лидер Крым»

Продукция	Регион	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Среднее
Динамика емкости рынка						
Напитки						
Сок	Севастополь	1,00	1,03	1,05	1,02	1,03
	Симферополь	1,00	0,98	0,96	0,95	0,96
	Ялта	1,00	1,04	1,05	1,04	1,04
Лимонад	Севастополь	1,00	0,97	0,98	0,96	0,97
	Симферополь	1,00	0,95	0,94	0,96	0,95
	Ялта	1,00	0,93	0,99	0,95	0,96
Минералка	Севастополь	1,00	1,05	1,04	1,05	1,05
	Симферополь	1,00	1,03	1,04	1,05	1,04
	Ялта	1,00	1,02	0,99	1,03	1,01
Консервы						
Мясные	Севастополь	1,00	0,95	0,94	0,93	0,94
	Симферополь	1,00	0,94	0,92	0,93	0,93
	Ялта	1,00	0,92	0,95	0,93	0,93
Овощные	Севастополь	1,00	1,05	1,02	1,05	1,04
	Симферополь	1,00	1,03	1,04	1,07	1,05
	Ялта	1,00	1,05	1,04	1,06	1,05
Кондитерка						
Торты	Севастополь	1,00	0,90	0,92	0,93	0,92
	Симферополь	1,00	0,92	0,90	0,89	0,90
	Ялта	1,00	0,95	0,97	0,96	0,96
Печенье	Севастополь	1,00	1,03	1,06	1,08	1,06
	Симферополь	1,00	1,02	0,98	1,01	1,00
	Ялта	1,00	1,04	1,06	1,05	1,05

В столбце «Среднее» рассчитываем среднеарифметическое значение за 2019-2021 гг., чтобы получить усредненную годовую динамику изменения объемов рынка, которая будет использована при прогнозе продаж на будущие периоды.

Из полученных данных можем сделать вывод, что по направлению напитки объем рынка имеет тенденцию к незначительному ежегодному росту в пределах от 1 до 5% в группах сока (за исключением Симферополя) и минеральной воды, а по группе лимонадов наблюдается тенденция к ежегодному падению на 3-5%.

Объем рынка лимонадов снизился, так на рынке появились новые разновидности сладких напитков (сок, смузи и т.д.).

В направлении консервы наблюдается:
- ежегодное падение объемов рынка по группе мясных консервов во всех городах сбыта (диапазон 6-7%);
- рост объемов рынка по группе овощных консервов во всех городах сбыта ежегодно на 4-5%.

Снижение объемов по первой группе объясняется прежде всего значительным ростом цен на мясное сырье, что влечет за собой рост отпускных цен производителей.

По направлению кондитерские изделия в группе тортов фиксируется снижение объемов рынка в зависимости от региона в диапазоне от 10 до 4%, а по группе печенья объем рынка ежегодно растет в Севастополе и Ялте (6 и 5% соответственно), оставаясь без изменений в Симферополе.

Аналогично рассчитываем динамику среднерыночной цены за единицу продукции (таблица 2).

Таблица 2

Тенденции средних цен рынка сбыта продукции компании ООО «Лидер Крым»

Продукция	Регион	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Среднее
Динамика цены единицы продукции						
Напитки						
Сок	Севастополь	1,00	1,05	1,12	1,15	1,11
	Симферополь	1,00	1,06	1,10	1,14	1,10
	Ялта	1,00	1,08	1,10	1,14	1,11
Лимонад	Севастополь	1,00	1,03	1,06	1,08	1,06
	Симферополь	1,00	1,05	1,08	1,10	1,08
	Ялта	1,00	1,06	1,09	0,95	1,03
Минералка	Севастополь	1,00	1,05	1,07	1,09	1,07
	Симферополь	1,00	1,04	1,09	1,10	1,07
	Ялта	1,00	1,03	1,04	1,04	1,04
Консервы						
Мясные	Севастополь	1,00	1,10	1,08	1,12	1,10
	Симферополь	1,00	1,12	1,12	1,11	1,12
	Ялта	1,00	1,08	1,09	1,06	1,08
Овощные	Севастополь	1,00	1,05	1,08	1,10	1,08
	Симферополь	1,00	1,04	1,05	1,06	1,05
	Ялта	1,00	1,07	1,06	1,08	1,07
Кондитерка						
Торты	Севастополь	1,00	1,15	1,17	1,15	1,16
	Симферополь	1,00	1,08	1,10	1,12	1,10
	Ялта	1,00	1,10	1,12	1,14	1,12
Печенье	Севастополь	1,00	1,06	1,08	1,10	1,08
	Симферополь	1,00	1,05	1,06	1,08	1,06
	Ялта	1,00	1,06	1,07	1,09	1,07

Полученная информация свидетельствует о том, что из-за инфляционных процессов, влияющих на рост себестоимости выпуска продукции, в течение анализируемого периода фиксируется ежегодный рост цен по всем направлениям и группам продуктов во всех городах сбыта.

Далее можем осуществить выбор перспективных направлений бизнеса. Это можно осуществить на основании ранее выполненных мероприятий.

Сформируем отдельную аналитическую таблицу, в ячейках которой выведем разность между тенденцией динамики суммового объема рынка (столбец «Среднее» таблицы 1) и тенденцией динамики среднерыночной цены на продукцию компании (столбец «Среднее» таблицы 2). Тем самым мы очистим динамику суммового объема рынка от влияния фактора роста среднерыночной цены на продукцию.

Полученные результаты представлены в таблице 3.

Цветовая заливка ячеек в таблице 4:

- зеленым цветом обозначены виды продукции, потребительский спрос на которые снижался в анализируемом периоде до значения менее 5%. Это наиболее перспективные для развития бизнеса направления выпуска и реализации продукции;

- желтым цветом отмечены виды продукции, потребительский спрос на которые снижался за 2018-2021 гг. в диапазоне от 5 до 10%. По этим направлениям для поддержки объемов реализации продукции нужны дополнительные инвестиции в маркетинги стимулирование потребительского спроса;

- красным цветом обозначены виды продукции со снижением покупательского спроса более чем на 10%. Данные направления совершенно бесперспективные, поэтому требуют управленческих решений о целесообразности их выпуска и продажи.

Таблица 3

Тенденции покупательского спроса на продукцию компании ООО «Лидер Крым»

	Регион		
	Севастополь	Симферополь	Ялта
Сок	-0,07	-0,14	-0,06
Лимонад	-0,09	-0,13	-0,08
Минералка	-0,02	-0,03	-0,02
Мясные консервы	-0,16	-0,19	-0,14
Овощные консервы	-0,04	0,00	-0,02
Торты	-0,24	-0,20	-0,16
Печенье	-0,02	-0,06	-0,02

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

На основании проведенного исследования с помощью стратегического анализа можно сделать следующие выводы:

- наиболее перспективным с учетом емкости рынка является развитие направлений напитков и консервов в городе Севастополь;
- развитие этих направлений в Симферополе и Ялте потребует дополнительных затрат на маркетинг и продвижение на рынке для получения конкурентных преимуществ;
- развитие направлений кондитерских изделий представляются малоперспективными во всех трех городах сбыта в силу значительного превосходства конкурентов над долей рынка предприятия ООО «Лидер Крым».

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В данной статье рассмотрена сущность стратегического анализа, его этапность в качестве инструмента разработки стратегии. На примере конкретного предприятия дан прогноз продаж и тенденций рынка, а также выбор перспективных направлений для дальнейшего развития. При написании статьи были использован анализ научной литературы, горизонтальный и вертикальный анализ управленческой отчетности компании т.д.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Любая коммерческая компания стремится расширить объемы бизнеса, увеличить свою долю рынка. Часто по мере роста бизнеса снижается общая рентабельность, так как одни бизнес направления оказываются менее прибыльными, чем другие. Поэтому собственникам и руководству компании важно инвестировать только в перспективные направления. В этом и помогает стратегический анализ [1, с.35].

По итогу проведенного анализа наиболее перспективной отраслью для дальнейшего развития компании является направление «Напитки». Предприятию ООО «Лидер Крым» необходимо уделить внимание данному вектору, привлечь туда некоторые инвестиции для получения дальнейшей прибыли и роста на рынке сбыта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аналитическое обеспечение принятия управленческого решения: учеб. пособие / под ред. А. И. Селиванова. М.: ИПК-госслужбы, 2005. 160 с.

2. Баканов М. И., М. В. Мельник М. В., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа: учеб. / под ред. М. И. Баканова. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2006. 536 с.

3. Барнгольц С. Б., Мельник М. В. Методология экономического анализа деятельности хозяйствующего субъекта: учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2003. 240 с.

4. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2002. 320 с.

5. Бородулин А. Н. Аналитический инструментарий внутрифирменного управления. М.: Экономика, 2012. 367 с.

УДК 336.71. 336.761

ОПЕРАЦИИ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ И ИХ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ УЗБЕКИСТАНА

С. Ю. Арзуманян

Кандидат экономических наук, доцент

Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, кафедра "Финансы и кредит" (Ташкент)

Аннотация. В статье изложены результаты анализа инвестиционных, эмиссионных и посреднических операций банков на рынке ценных бумаг и эконометрического анализа факторов, влияющих на инвестиционный портфель банков и изменение его доходов. Показана роль коммерческих банков на рынке ценных бумаг Узбекистана.

Ключевые слова: эконометрический, эмпирический анализ, ценные бумаги, коммерческие банки, финансово кредитная сфера, экономика.

ВВЕДЕНИЕ

Участие банков Узбекистана на рынке ценных бумаг считается очень низким, о чём свидетельствует доля инвестиций в активах банков, равная лишь 1,5 процентам. Однако среди участников рынка ценных бумаг нашей страны коммерческие банки являются самыми активными, что можно увидеть из данных нижеследующей таблицы (Таблица 1).

Таблица 1

Роль коммерческих банков на рынке ценных бумаг узбекистана[1]

Показатели	01.01.2017 г.		01.01.2018 г.		01.01.2019 г.		01.01.2020 г.		01.01.2021 г.	
	в млрд. сум	в %	в млрд. сум	в %	в млрд. сум	в %	в млрд. Сум	в %	в млрд. сум	в %
Общий объём биржевых торгов	161	100	299,8	100	298,6	100	687,3	100	438,8	100
Банки	141,4	87,8	151,7	50,6	257,6	86,3	591	86	319,5	72,8

Как видно из данных таблицы, более 70 процентов от торгового оборота ценных бумаг на фондовых биржах нашей страны приходится на долю коммерческих банков.

В следующей таблице (Таблица 2) приведено соотношение инвестиционных операций банковской системы Узбекистана основнымы макроэкономическами показателями (ВВП страны, активы банковской системы, кредиты).

Таблица 2

Соотношение инвестиций коммерческих банков узбекистана к некоторым основным показателям, в процентах [2]

Соотношение инвестиций	01.01.2017 г.	01.01.2018 г.	01.01.2019 г.	01.01.2020 г.	01.01.2021 г.
Соотношение к ВВП	1,37	1,61	1,36	0,93	0,63
Соотношение к совокупным активам банковской системы	3,68	3,98	2,46	1,77	1,17
Соотношение к совокупным кредитам банковской системы	5,62	5,73	3,71	2,27	1,51

Как видно из данных таблицы, за анализируемый период объём операций банков Узбекистана на рынке ценных бумаг по отношению к ВВП составляет менее 2,0 процентов. Основные моменты является то, что в то время, когда объём операций коммерческих банков на рынке ценных бумаг за анализируемый период не увеличивался, а снижался, при этом основные показатели банковской системы, объёма активов, кредитов, капитала и депозитов имели тенденцию значительного роста в абсолютной сумме.

Результаты анализа и исследований показывают, что одной из основных причин слабого участия коммерческих банков на рынке ценных бумаг является недостаточное развитие в нашей стране деятельности финансового рынка. В частности, общая стоимость акций на Республиканской фондовой бирже «Ташкент» на начало нынешнего года составила 25 трлн. сумов, что по отношению к валовому внутреннему продукту меньше 6 процентов. Этот показатель в Сингапуре составляет 188 процентов, в Малайзии - 112 процентов, в России - 34 процента. Государственные облигации, выпущенные в нашей стране в текушем году, продано только коммерческим банкам через валютную биржу. На фондовом рынке функционируют меньше ста профессиональных участников. На сегодняшний день 85 процентов акций 605 акционерных обществ принадлежат государству. Из них только 5 процентов акций 105 акционерных обществ участвуют на фондовом рынке [4].

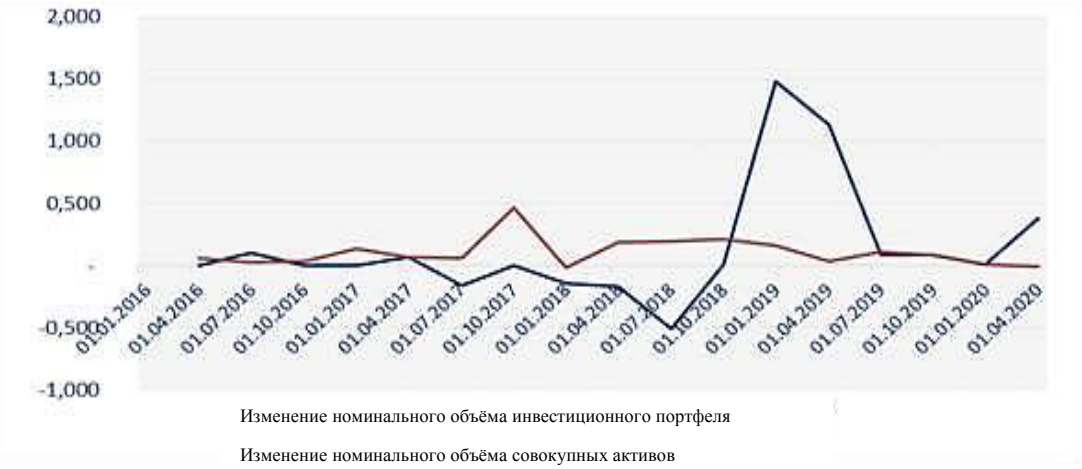


Рис. 1. Динамика изменения инвестиционного портфеля
и объёма совокупных активов АК “НБУ” (в процентах) [3]

Мы поставили цель сравнения роста активов банка с ростом объёма инвестиционного портфеля АК «НБУ». Таким образом, мы делаем вывод об уровне роста инвестиционного портфеля банка. Из данных рисунка 1 очевидно изменение по сравнению с предыдущим кварталом. Также, чтобы уменьшить масштаб статистических данных, они логарифмированы. Из данных рисунка видно, что активы АК «НБУ» имеют устойчивую тенденцию роста. Однако изменения в объёме инвестиционного портфеля банка по периоду не имеют закономерный характер. Ресурсы этого коммерческого банка, направленные на инвестиционные и торговые операции с ценными бумагами, не были осуществлены в зависимости от изменений активов. Это можно увидеть и по коэффициенту корреляции между ними, который равен -0,11. То есть между этими двумя показателями отсутствует логическая взаимосвязь.

Анализ практики проведения инвестиционных операций коммерческих банков Узбекистана показывает, что наряду с незначительной долей инвестиционных операций в структуре совокупных активов банков, годовые темпы роста этих операций в совокупных активах банка также очень нестабильны и низки. Следует отметить, что в некоторых банках также наблюдались периоды чрезвычайно высокого роста. На основе исследований в рамках диссертации и анализа структуры активов некоторых коммерческих банков, мы пришли к выводу, что целесообразно, что годовые темпы роста инвестиций коммерческих банков были не ниже среднегодовых показателей роста их активов.

Финансовые ресурсы, сформированные за счет выпущенных ценных бумаг, в составе общих ресурсов коммерческих банков нашей страны были незначительны за анализируемый период и по состоянию на 1 января 2021 года составили лишь 1,3 процента, в предыдущие годы данный показатель был ещё ниже (рисунок 2).

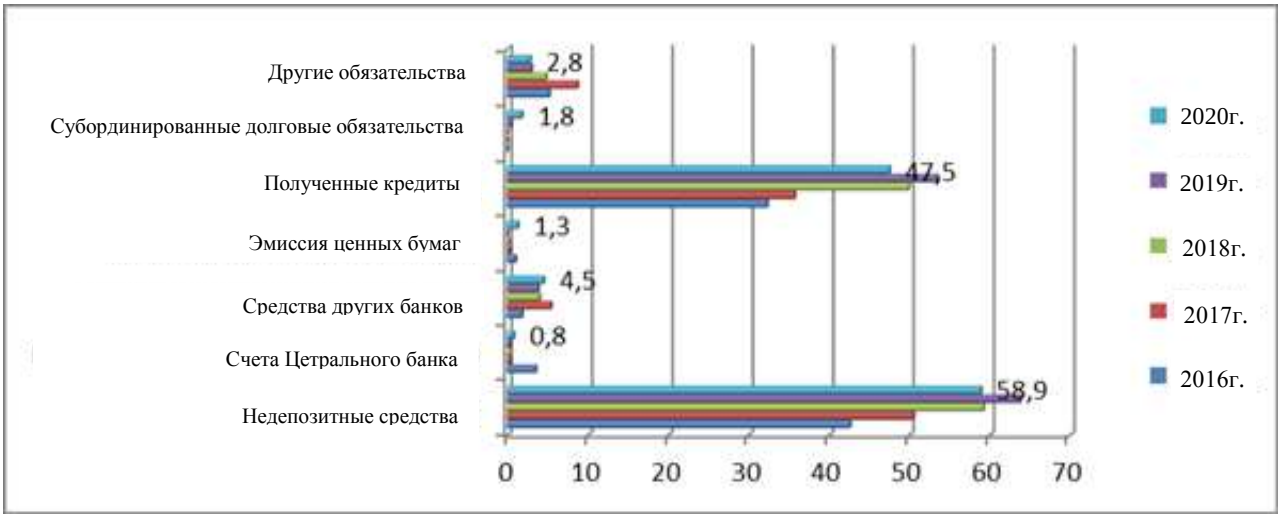


Рис. 2. Доля и динамика ценных бумаг в структуре недепозитных источников коммерческих банков (в процентах) [5]

При этом из данных рисунка можно сделать вывод, что в последние годы коммерческие банки также выпускали субординированные долговые обязательства, доля которых на 1 января 2020 года составляла 1,8 процентов. Конечно, если сравнивать этот показатель с практикой ценных бумаг зарубежных банков, эта сумма не так уж и велика. Например, в 2019 году данный показатель в банковской системе Китая составлял 11,6 процента, в Японии - 13,1 процент, в Германии - 31,9 процентов, в США [6]- 16 процентов и в банках России - 11,4 процента.[7]

В исследовательской работе с помощью модели VaR[8] проведён эконометрический анализ факторов, влияющих на объём инвестиционного портфеля банка, и усовершенствовано модель, описывающая влияние изменения реальной процентной ставки на денежном рынке ( ), уровня инфляции ( ), реального изменения остатка на представительских расчётных счетах коммерческих банков в Центральном банке ( ) на изменение реального объёма инвестиционного портфеля банка ( ) за период 2016M1: 2020M6 годы.

$$\Delta IP_t = \alpha_1 + p_1 e_1 + \sum_{i=1}^{2} \beta_i \Delta IP_{t-i} + \sum_{i=1}^{2} \delta_i CPI_{t-i} + \sum_{i=1}^{2} \gamma_i \Delta CORS_{t-i} + \sum_{i=1}^{2} \omega_i RMMR_{t-i}$$

Ниже мы проанализируем импульсную реакцию, показывающую влияние этих факторов на объём инвестиционного портфеля банка.

Если рассмотреть импульсную реакцию реального изменения выше приведённых показателей на объём инвестиционного портфеля банка, то повышение уровня инфляции в стране в первые два месяца снижает реальную стоимость объёма инвестиционного портфеля банка, а в течение последующих двух месяцев сказывается положительно.[9] Другими словами, рост инфляции на 1 процент увеличивает реальный объем инвестиционного портфеля банка примерно на 0,3 процентов. В дальнейшем это влияние пропадает. А повышение процентной ставки на денежном рынке не повлияло на инвестиционный портфель в первые три месяца, затем наблюдался очень слабый, но положительный эффект. Это означает, что банк не инвестировал в ценные бумаги, хотя процентные ставки на денежном рынке выросли. Из рисунка выше видно, что увеличение остатков денежных средств на счетах коммерческих банков в ЦБ не мотивировало их покупать ценные бумаги. Мы можем это увидеть по импульсной реакции VaR.

Если мы проведём анализ структуры инвестиционного портфеля коммерческих банков Узбекистана, то можно увидеть, что они состоят в основном из акций предприятий, долей в уставном капитале предприятий, государственных ценных бумаг и облигаций Центрального банка. Мы провели анализ на примере инвестиционного портфеля АК NBU. Все показатели являются ежемесячными и переведены в реальные показатели по отношению к ценам за январь 2016 года.

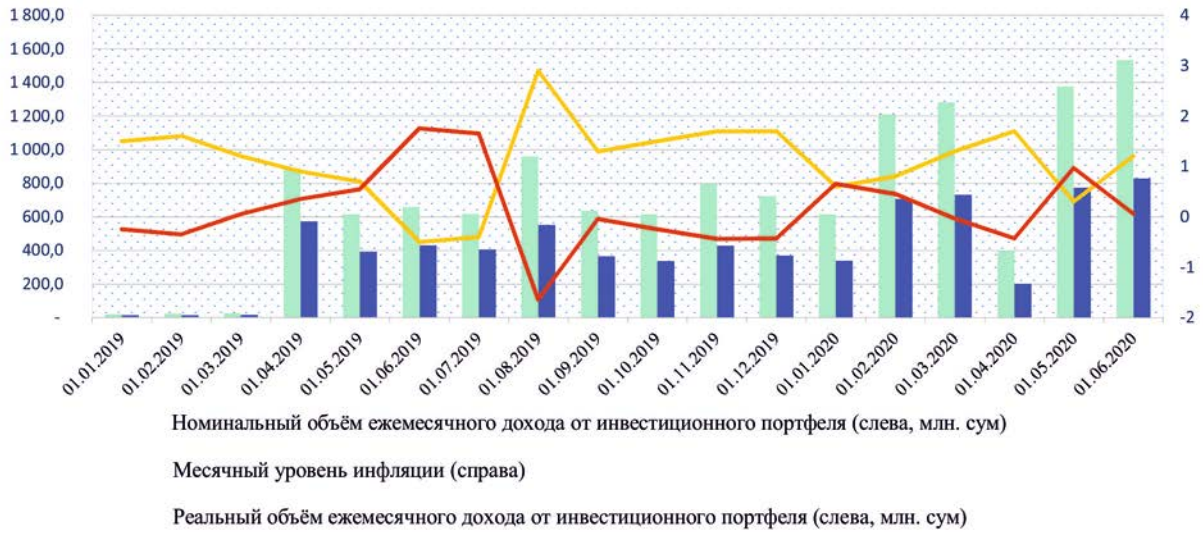


Рис. 3. Взаимосвязь дохода от инвестиционного портфеля АК "NBU" с макроэкономическими показателями [10]

Реальная процентная ставка на денежном рынке (справа)

На рисунке выше мы можем увидеть, что в качестве факторов, влияющих на доход от инвестиционного портфеля АК «НБУ»., выбраны уровень инфляции и процентная ставка на денежном рынке, которые взаимосвязаны между собой. При этом реальная процентная ставка на денежном рынке в большей степени влияет на изменение доходов банка, получаемых от инвестиционных операций. Это влияние более заметно в период 2019M8: 2020M6 годы.

Проведён эконометрический анализ факторов, влияющих на доходность инвестиционного портфеля АК «НБУ». с использованием модели VECM, [11] а также разработана модель, характеризующая влияние реальной процентной ставки ($RMMR_t$) на денежном рынке и уровня инфляции (CPI_t) на изменение реальной доходности инвестиционного портфеля АК «НБУ» за период 2019M1:2020M6. Результаты анализа модели VECM представлены в нашей работе.

$$\Delta RPROFT_t = \alpha_1 + p_1 e_1 + \sum_{i=1}^{2} \beta_i \Delta RPROFT_{t-i} + \sum_{i=1}^{2} \delta_i CPI_{t-i} + \sum_{i=1}^{2} \omega_i RMMR_{t-i} \qquad (1)$$

Мы провели анализ импульсной реакции, показывающей влияние этих факторов на доходность инвестиционного портфеля АК «НБУ», при котором выявлено отрицательное влияние уровня инфляции на реальную величину доходности данного портфеля активов. То есть повышение уровня месячной инфляции на 1 процент приведёт к снижению дохода банка от активных операций с ценными бумагами до 3 процентов в течение следующих 2 месяцев. Повышение на 1 процент реальной процентной ставки на денежном рынке хотя и отрицательно сказалось на реальной стоимости дохода коммерческого банка от активных операций с ценными бумагами в первый месяц, в последующие три месяца увеличило реальную стоимость дохода до 2 процентов.

Публичное предложение акций АО «Кварц» проведено на РФБ «Ташкент» с 5 декабря 2017 года по 3 апреля 2018 года, в данном процессе Национальный банк ВЭД принял участие в качестве андеррайтера. По итогам торгов неразмещённая часть эмиссии в 45,89 процентов или 2 099 685 акций пакетной стоимостью около 6,3 млрд. сумов предложены эмитентом Национальному банку ВЭД, участвовавшему в качестве андеррайтера, по средней цене размещения, а также по дисконтной цене. Однако Национальный банк ВЭД отказался покупать акции из-за отсутствия опыта размещения и андеррайтинга ценных бумаг, а также из-за неумения прогнозировать будущую рыночную цену акций. Таким образом, в результате отказа Национального банка ВЭД от покупки 2 099 685 обыкновенных акций АО «Кварц» на сумму 6,3 млрд. сумов упущенная чистая прибыль на 24 июня 2020 года согласно расчётам составила 13,2 млрд. сумов, а затраченная сумма увеличилась бы в 2,1 раза. Из этого следует, что андеррайтинговые операции, которым сегодня отечественные коммерческие банки не уделяют должного внимания, считаются высокодоходными и низкорискованными.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Темирханова М. Ж., Муминов О. Г. У. Совершенствование бухгалтерского и налогового учета и отчетности в туристических компаниях в Республике Узбекистан // Совершенствование налоговой политики государства в условиях глобализирующейся экономики: материалы Междунар. науч. конф. (Тамбов, 15 мая 2014 г.) / Тамбов. гос. ун-т им. Г. Р. Державина. Тамбов: Тамбов. Регион. общественная организация «Общество содействия образованию и просвещению «Бизнес - Наука - Общество», 2014. С. 267–275.

2. Темирханова М. Ж., Бакирова М. Ш. К. Совершенствование бухгалтерского учета и аудита объектов интеллектуальной собственности // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества: материалы Междунар. науч.-практ. конф. науч.-пед. работников (Саранск, 24–25 апр. 2019 г.). Саранск: АНО СНОЛД «Партнер», 2019. С. 443–447. 1 CD-ROM.

3. Темирханова М. Ж. Особенности совершенствования учетной политики в туристических компаниях и национальной экономике // Бюллетень науки и практики. 2018. Т. 4, № 2. С. 332–341.

4. Темирханова М. Ж., Акбаров Б. Совершенствование методики организации финансового учета в туристических компаниях // Бюллетень науки и практики. 2018. Т. 4, № 3. С. 267–273.

5. Езиев Г. Л., Темирханова М. Ж. Развитие бухгалтерского учета в условиях модернизации экономики Республики Узбекистан // Бюллетень науки и практики. 2018. Т. 4, № 3. С. 224–231.

6. Гойибназаров Ш. Г., Темирханова М. Д. Проблемы в совершенствовании и приближении к международным стандартам отчетности финансовых результатов в туристических компаниях // Тенденции развития мировой торговли в XXI веке: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 55-летию учеб. заведения (Пермь, 22–31 окт. 2019 г.). Пермь: Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2019. С. 428–432.

7. Гайибназаров Ш. Г., Кабулов А. А., Темирханова М. Ж. Совершенствование методологи организации учета объектов интеллектуальной собственности // Инженерная экономика и управление в современных условиях: материалы науч.-практ. конф., приуроченной к 50-летию инженерно-экономического факультета (Донецк, 9 окт. 2019 г.). Донецк: Донецкий нац. техн. ун-т, 2019. С. 406–411.

8. Темирханова М. Ж. Вопросы совершенствования финансовой отчетности в туристических компаниях на основе требований международных стандартов (IAS IFRS) // Бюллетень науки и практики. 2018. № 4 (3). С. 217–223.

9. Темирханова М. Ж. Проблемы в совершенствовании приближения к международным стандартам отчетности финансовых результатов в туристических компаниях // Калужский экономический вестник. 2018. № 4. С. 59–61.

10. Гайибназаров Ш. Г., Темирханова М. Ж. Теоретические основы учета и анализа объектов интеллектуальной собственности при переходе к инновационному развитию // Бюллетень науки и практики. 2019. Т. 5, № 9. С. 290–297.

11. Азимова Ф. М. Совершенствование стратегического и текущего управления корпоративными финансами // Россия: тенденции и перспективы развития. Ежегодник. Вып. 17. Материалы XXI Нац. науч. конф. с междунар. участием «Модернизация России: приоритеты, проблемы, решения». М., 2022. Ч. 1. С. 333–337.

УДК 330.123

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ БЛАГОСОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И АНАЛИЗА ЕГО СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА НА ПРИМЕРЕ ПАО «ТАТНЕФТЬ»

З. Р. Аухадиева

Альметьевский государственный нефтяной институт, г. Альметьевск, Россия

Z. R. Aukhadieva

Almetyevsk State Oil Institute, Almetyevsk, Russia

Аннотация. В статье изложены теоретические основы анализа собственного капитала организации и оценки ее финансового состояния. Приведены результаты исследования собственного капитала предприятия на примере ПАО «Татнефть». Проведен анализ состава и структуры собственного капитала, оценено его влияние на финансовое состояние компании.

Ключевые слова: собственный капитал, коэффициенты финансовой устойчивости, ПАО «Татнефть», собственный капитал.

I. ВВЕДЕНИЕ

Развитие рыночных отношений в обществе привело к появлению ряда новых экономических объектов учета и анализа. Одним из них является капитал предприятия как важнейшая экономическая категория и, в частности, собственный капитал, который должен занимать значительную долю в капитале предприятия. Для принятия правильных управленческих решений, достижения финансовой устойчивости предприятия и обеспечения его устойчивого развития его должно интересовать изучение собственного капитала, его структуры, доли в стоимости капитала, в связи с чем можно отметить, что тема исследования актуальна.

Теоретической и методологической основой послужили методические пособия по организации проведению научно-исследовательской работы, специализированные учебные пособия по экономике предприятия, управленческому учету, бухгалтерскому учету и анализу под авторством Кармоковой К.И., Канхва В.С., Прокопьевой Ю.В. и других авторов.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель исследования – изучение сущности собственного капитала предприятия. Объектом изучения является действующая компания ПАО «Татнефть». Предмет исследования – собственный капитал ПАО «Татнефть».

Для достижения цели исследования необходимо решить такие задачи, как выявление сущности и состава собственного капитала предприятия; изучение аналитических материалов, отражающих структуру, источники финансирования собственного капитала и эффективности его использования.

III. ТЕОРИЯ

Собственный капитал представляет собой совокупность материальных ценностей и денежных средств, финансовых вложений и затрат на приобретение прав и привилегий, необходимых для осуществления ее хозяйственной деятельности. Он включает следующие элементы (рис. 1):

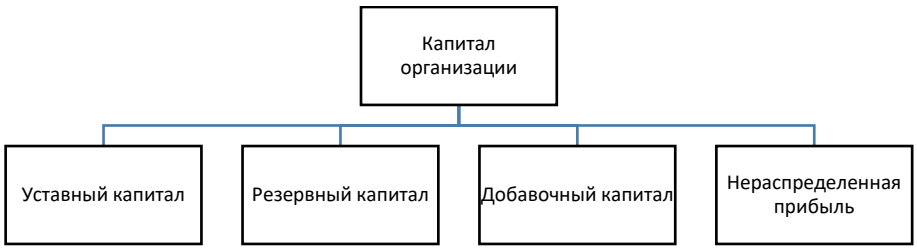


Рис. 1. Состав собственного капитала организации

Важной составной частью механизма управления эффективности использованием собственного капитала предприятия являются системы и методы его анализа.

Анализ использования капитала предприятия – это процесс изучения основных показателей эффективности использования капитала предприятия для определения резервов повышения эффективности. Благодаря этому анализу можно оценить текущее состояние предприятия, определить основные источники накопления капитала, определить последствия их изменения для финансовой устойчивости предприятия. Анализ включает в себя следующие этапы:

1. В первую очередь изучается соотношение внешних и внутренних источников формирования собственного капитала, а также стоимость привлечения капитала за счет различных источников.

2. На втором этапе анализа исследуется движение собственного капитала. Используя данные формы №4, рассчитываются показатели движения собственного капитала:

1) коэффициент поступления:

$$К_в = \frac{\text{Поступление собственного капитала}}{\text{Остаток собственного капитала на конец года}} \quad (1.1)$$

2) коэффициент выбытия:

$$К_{в} = \frac{\text{Выбытие собственного капитала}}{\text{Остаток собственного капитала на начало года}} \quad (1.2)$$

3) величина собственных оборотных средств:

$$СОС = СК - ВА \quad (1.3)$$

3. На третьем этапе оценивают достаточность собственного капитала путем факторного анализа – процесса изучения влияния отдельных факторов на результативный показатель с помощью детерминированных и статистических приемов. Примером факторного анализа служит трехфакторная модель Дюпона, которая позволяет изучить причины, влияющие на изменение чистой прибыли, приходящейся на собственный капитал:

$$ЧРСК = \frac{ЧП}{СК} = \frac{ЧП}{ВР} * \frac{ВР}{А} * \frac{А}{СК} * 100\% \quad (1.4)$$

где ЧРСК – чистая рентабельность собственного капитала,

ЧП – чистая прибыль за отчетный период,

СК – собственный капитал на последнюю отчетную дату,

ВР – выручка от реализации продукции,

А – активы на последнюю отчетную дату.

4. На четвертом этапе анализа изучаются финансовые коэффициенты с целью определения финансовой устойчивости предприятия, при этом рассчитываются следующие показатели:

Коэффициент обеспеченности собственным оборотным капиталом:

$$К_{СОК} = \frac{СК}{ОА} \quad (1.5)$$

Коэффициент автономии:

$$К_{АВ} = \frac{СК}{А} \quad (1.6)$$

Коэффициент финансовой зависимости:

$$К_{ФЗ} = \frac{ККЗ+ДКЗ}{А}, \quad (1.7)$$

где ККЗ и ДКЗ – размер краткосрочного и долгосрочного заемных капиталов.

Коэффициент соотношения собственного и заемного капитала:

$$К_{ЗК} = \frac{СК}{ККЗ+ДКЗ} \quad (1.8)$$

Коэффициент маневренности собственного капитала:

$$К_{М} = \frac{СОК}{СК} = \frac{СК-ВА}{СК} = 1 - \frac{ВА}{СК} \quad (1.9)$$

Коэффициент финансовой устойчивости:

$$К_{Фу} = \frac{СК+ДКЗ}{А} \quad (1.10)$$

Коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками финансирования:

$$К_{ОЗ} = \frac{СОК}{З} \quad (1.11)$$

Таким образом, анализ состояния собственного капитала предприятия состоит из 4 основных этапов, которые необходимо пройти для наиболее детального изучения результатов деятельности предприятия.

Проведем анализ структуры и динамики собственного капитала предприятия ПАО «Татнефть» за 2020-2021 гг. Анализируемые данные представлены в таблице 1 [5].

Таблица 1

Анализ структуры и динамики собственного капитала ПАО «Татнефть» за 2020-2021 гг.

Содержание	2020 год		2021 год		Отклонение	
	Сумма, руб.	Уд. вес, %	Сумма, руб.	Уд. вес, %	+;- (руб.)	%
Уставный капитал	2326199	0,37	2326199	0,34	0	0
Резервы на переоценку	10491492	1,66	12439254	1,81	1947762	18,57
Резервный капитал	116310	0,02	116310	0,02	0	0,00
Добавочный капитал	305937	0,05	270328	0,04	-35609	-11,64
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	617391876	97,9	673649225	97,8	56257349	9,11
Итого собственный капитал	630631814	100	688801316	100	58169502	9,22

Данные таблицы 1 можно представить графически на рисунке 2.

Рис. 2. Структура и динамика собственного капитала ПАО «Татнефть», тыс. руб.

Анализируя структуру собственного капитала предприятия ПАО «Татнефть», можно заметить, что значительную долю собственного капитала составляет статья «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)» (97,8%). Нераспределенная прибыль преобладает у хорошо работающих предприятий, следовательно, можно сделать вывод, что компания эффективно распоряжается своими средствами и обеспечивает высокое качество работы. Вторым по значимости показателем является статья «Резервы на переоценку», которая составляет 1,81% от общей суммы собственного капитала на 30 сентября 2021 года. Третью по величине удельного веса позицию занимает уставный капитал предприятия, составив в структуре собственного капитала в 2021 году 0,34%.

В целом, с 2020 по 2021 годы собственный капитал ПАО «Татнефть» увеличился на 58 169 502 тыс. рублей или на 9,22%. Основным источником пополнения собственного капитала является нераспределенная прибыль предприятия, которую оставляют в обороте предприятия в качестве внутреннего источника самофинансирования долгосрочного характера.

Движение собственного капитала предприятия анализируется с помощью трех основных коэффициентов:

- коэффициента поступления,
- коэффициента выбытия,
- величины собственных оборотных средств.

Рассчитаем данные показатели на основе данных ПАО «Татнефть»:

1. Коэффициент поступления:

$$К_{п} = \frac{1895335 \text{ тыс. руб.}}{630631814 \text{ тыс. руб.}} = 0{,}092 = 9{,}2\%$$

2. Коэффициент выбытия:

$$К_{в} = \frac{26720623 \text{ тыс. руб.}}{630631814 \text{ тыс. руб.}} = 0{,}042 = 4{,}2\%$$

3. Величина собственных оборотных средств:

$$СОС = 688801316 \text{ тыс. руб.} - 388976815 \text{ тыс. руб.} = 299824501 \text{ тыс. руб.}$$

Анализ полученных результатов позволяет вывод, что на предприятии идет процесс накопления собственного капитала, так как коэффициент поступления превышает коэффициент выбытия. Темпы поступления превышают темпы выбытия.

Превышение коэффициента поступления над коэффициентом выбытия говорит о положительном развитии предприятия, так как это говорит о модернизации оборудования и расширении производства.

Чистая рентабельность собственного капитала предприятия определяется по формуле 1.4:

$$ЧРСК = \frac{81665115 \text{ тыс. руб.}}{630631814 \text{ тыс. руб.}} = 0{,}129 = 12{,}9\%$$

Для развитых стран норма рентабельности собственного капитала предприятия составляет 10-12%. Для инфляционных экономик должен быть выше. Чистая рентабельность собственного капитала ПАО «Татнефть» слегка превышает норму для стран с развитой экономикой.

При анализе эффективности использования собственного капитала компании изучаются различные показатели оборачиваемости и рентабельности собственного капитала предприятия.

Совокупные активы предприятия представляют собой долгосрочные активы (основные средства и нематериальные активы) и текущие активы (оборотный капитал). Собственный капитал - основной источник финансирования - это оборотный капитал. Чтобы определить размер собственного оборотного капитала компании, вычтите текущие внеоборотные активы из суммы ее собственного капитала.

Произведем расчет источников финансирования оборотного капитала в ПАО «Татнефть» в 2020-2021 гг. Результаты расчета отразим в таблице 2.

Таблица 2

Расчет источников финансирования оборотного капитала в ПАО «Татнефть» в 2020-2021 гг., тыс. руб. [2]

Показатель	01.01.2020	01.01.2021	30.09.2021
Общая сумма текущих активов	816 544 112	833 748 196	969 632 612
Внеоборотные активы предприятия	395 773 315	392 559 980	388 976 815
Сумма собственного оборотного капитала	176 428 907	238 071 834	299 824 501
Доля в сумме собственного капитала, %:	30,8	37,8	43,5
Сумма собственного капитала	572 202 222	630 631 814	688 801 316
Сумма заемного капитала	280 831 296	203 116 382	244 341 890

Приведенные в таблице 2 данные показывают, что на начало 2020 года оборотный капитал ПАО «Татнефть» составлял 30,8% от общей суммы собственного капитала, на конец 2020 года доля оборотного капитала в сумме собственного капитала составила 37,8%. Рост собственного оборотного капитала может свидетельствовать о наращивании производства.

Чтобы охарактеризовать долю собственного оборотного капитала в общей сумме собственного капитала предприятия, рассчитаем коэффициент маневренности, который определяется как отношение собственного оборотного капитала к общей сумме собственного капитала предприятия.

Нормальное ограничение коэффициента маневренности – выше 0,5. Коэффициент должен быть достаточно высоким, чтобы обеспечить гибкость в использовании собственных средств предприятия. Этот коэффициент показывает, какая часть собственного капитала используется для финансирования текущей деятельности, т.е. вложена в оборотные средства, а какая часть капитализирована.

Результаты расчетов отобразим в таблице 3.

Таблица 3

Расчет коэффициента маневренности собственного капитала в пао «татнефть» [1]

Показатель	01.01.2020	01.01.2021	30.09.2021
Сумма собственного оборотного капитала	176 428 907	238 071 834	299 824 501
Сумма собственного капитала	572 202 222	630 631 814	688 801 316
Коэффициент маневренности собственного капитала	0,31	0,38	0,44

Анализируя данные таблицы 3, можно заметить, что часть собственного капитала, вложенная в оборотные средства ПАО «Татнефть», с каждым годом увеличивается и по состоянию на 30.09.2021 г. составляет 0,44. Этот показатель не отвечает нормальным ограничениям (>0,5).

Для обобщающей характеристики эффективности использования собственного капитала служат коэффициенты рентабельности. Экономический смысл показателей рентабельности собственного капитала заключается в определении, сколько денежных единиц чистого дохода приходится на денежную единицу собственного капитала. Рентабельность капитала исчисляется в основном отношением чистого дохода к среднегодовой стоимости собственного капитала.

Коэффициент рентабельности собственного капитала определяется по формуле:

$$R_{\text{ск}} = \frac{\text{П}}{\text{СВ}_{\text{ск}}} * 100\% \quad (3.1)$$

где П – прибыль (чистый доход) предприятия находится путем разницы между суммой доходов предприятия и суммой расходов;

$R_{ск}$ – рентабельность собственного капитала предприятия.

$СВ_{ск}$ – среднегодовая величина собственного капитала.

Этот коэффициент показывает, какую прибыль получает предприятие с каждого рубля, вложенного в собственный капитал.

В таблице 4 рассчитаем показатели рентабельности по ПАО «Татнефть». Для расчета показателей использовалась величина среднегодовой стоимости собственного капитала, которая рассчитывается по формуле:

$$\text{СВ}_{\text{СК}} = \frac{\text{О}_{\text{н}}+\text{О}_{\text{к}}}{2} \quad (3.2)$$

Таблица 4

Показатели рентабельности ПАО «Татнефть» в 2020-2021 гг. [3]

Показатель	01.01.2020	01.01.2021	Изменение
Доходы, тыс. руб.	810 320 806	633 330 666	-176990140
Расходы, тыс. руб.	607 232 352	526 630 158	- 80 602 194
Прибыль, тыс. руб.	203 088 454	106 700 508	- 96 387 946
Среднегодовая стоимость собственного капитала, тыс. руб.	572 202 222	630 631 814	58 429 592
Рентабельность собственного капитала, %	0,35	0,17	-0,19

Для бизнеса в развитых странах рентабельность собственного капитала варьируется от 10 до 12%. Если инфляция в государстве высокая, то рентабельность капитала растет. Для российской экономики считается нормой 20%-е значение. Рентабельность ПАО «Татнефть» соответствует нормативам для нашего государства.

Кроме рентабельности собственного капитала находят финансовые коэффициенты, характеризующие финансовую устойчивость предприятия. Рассчитанные коэффициенты отобразим в таблице 5.

Таблица 5

Показатели финансовой устойчивости ПАО «Татнефть» за 2020-2021 гг. [4]

Показатель	01.01.2020	01.01.2021	Изменение
Коэффициент обеспеченности СОК	1,36	1,43	0,07
Коэффициент автономии	0,70	0,76	0,06
Коэффициент финансовой зависимости	0,30	0,24	-0,06
Коэффициент соотношения собственного и заемного капитала	2,34	3,10	0,76

Окончание табл. 5

Показатель	01.01.2020	01.01.2021	Изменение
Коэффициент маневренности собственного капитала	0,31	0,38	0,07
Коэффициент финансовой устойчивости	0,78	0,84	0,06
Коэф-т обеспеченности запасов собст. ист-ми финансирования	4,28	6,09	1,81

Как видно из таблицы 5, большинство рассчитанных коэффициентов имеют тенденцию роста, что говорит о том, что предприятие финансово устойчиво.

IV. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, по результатам расчетов в пункте III можно сделать вывод, что собственный капитал в ПАО «Татнефть» используется с достаточно высокой эффективностью, что обеспечивает рост основных показателей устойчивости и развития предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бухгалтерская отчетность и аудиторское заключение независимого аудитора от 31 дек. 2020 г. // ПАО «Татнефть» им. В. Д. Шашина». URL: https://disclosure.skrin.ru/disclosure_docs/1644003838/91514b1d194349f6b95d370fdb6f137b/%D0%A2%D0%90%D0%A2%D0%9D%D0%95%D0%A4%D0%A2%D0%AC%20%D0%A0%D0%A1%D0%91%D0%A3%202020.pdf (дата обращения: 28.11.2020).

2. Бухгалтерский баланс на 30 сентября 2021 г. / ПАО «Татнефть» им. В. Д. Шашина». URL: https://www.tatneft.ru/uploads/publications/61fa78c9bab14661130324.pdf?ysclid=lb0dihxr39251092021 (дата обращения: 28.11.2020).

3. Годовая бухгалтерская отчетность ПАО «Татнефть» за 2020 год. URL: https://www.tatneft.ru/uploads/publications/61fa78539f32f065835851.pdf (дата обращения: 14.10.2020).

4. Промежуточная сокращенная консолидированная финансовая отчетность в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (неаудированные данные) / ПАО «Татнефть» от 30.09.2020 г. URL: https://sinara-finance.ru/upload/iblock/c95/x453uu5w07enqim5bu8a1u5jt3oijzny.pdf?ysclid=lb0f8vmk7874822623 (дата обращения: 28.11.2020).

5. Промежуточная (квартальная) бухгалтерская (финансовая) отчетность ПАО «Татнефть» за 3 квартал 2021 года (на 30 сентября 2021 года). URL: https://old.tatneft.ru/aktsioneram-i-investoram/raskritie-informatsii/otchetnost-po-rsbu?lang=ru&ysclid=lb7m570gtq98326421 (дата обращения: 14.10.2020).

УДК 004:631

СКВОЗНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ: ПРАКТИКА, ПРЕИМУЩЕСТВА И РИСКИ

О. С. Белокрылова, А. Н. Ситухо
Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия

O. S. Belokrylova, A. N. Situkho
Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia

Аннотация. **В статье рассмотрены вопросы влияния цифровизации на аграрную сферу, в том числе в части внедрения в практику новых технологий: блокчейн, цифровые экоплатформы, интернет вещей (Internet of things), 3D-печать, большие данные и др. В работе представлен обзор текущих практик внедрения новейших технологий в сельскохозяйственной отрасли, описаны плюсы и минусы их реализации, выявлены ведущие тренды преобразования аграрного сектора по всему миру.**

Ключевые слова: **Четвертная промышленная революция, агропродовольственная цепочка, искусственный интеллект, точечное земледелие, цифровая ферма.**

ВВЕДЕНИЕ

Сельское хозяйство в настоящее время находится на разной стадии цифровизации в различных странах: в развитых странах данная отрасль имеет высокую производительность за счет активного использования машин и достижений «зеленой» революции (удобрения, гербициды, инсектициды и др.), в развивающихся странах сельское хозяйство все еще в значительной мере базируется на ручном труде и тягловой силе с рядом исключений (Бразилия, Аргентина и др.). Тем не менее, цифровизация активно затрагивает сельскохозяйственную сферу планеты, изменяя и преобразуя ее. Однако в настоящее время в промышленности активно используются новейшие цифровые технологии: блокчейн, искусственный интеллект, Big Data, самообучающиеся машины., что свидетельствует о начале новой, Четвертой промышленной революции.

Характерным ее признаком являются беспрецедентные - до экзогенных шоков пандемии, санкций и глобального энергетического кризиса 2022 г. - темпы развития, поскольку новая индустриальная революция, в отличие от предыдущих, развивается не линейно, а экспоненциально, поэтому правительства ряда стран уже начали стимулировать внедрение последних достижений грядущей революции. Впервые Четвертая промышленная революция была формально институционализирована в Германии в 2012 г. в рамках проекта «Индустрия 4.0», основной целью которого является переход от встроенных систем к киберфизическим. В 2013 г. правительство Италии также создало собственную программу с целью формирования партнерской сети итальянских производителей «Фабрика будущего». Ядро данной программы составляет идея диффузии технологий, инноваций различных отраслей (например, медицинские достижения в сфере энергетики). В 2015 г. китайское правительство запустило программу «Made in China 2025», основной задачей которой является стимулирование развития отраслевых и межотраслевых производств, связанных с технологиями Четвертой промышленной революции (информационные технологии, робототехника, материаловедение и др.). В том же году Япония внедрила свою программу «Society 5.0», направленную на внедрение последних достижений науки не только в производство, но и в повседневный быт граждан.

В России была создана в 2015 г. и реализуется программа «Национальная технологическая инициатива (НТИ)», в рамках которой выделены 9 рабочих групп по развитию рынков будущего и одна группа по развитию передовых производственных технологий и созданию нового поколения производств. Одним из таких рынков является FoodNet, который предполагает совершенствование в нескольких направлениях: альтернативные источники сырья и энергии; «умное» и высокопродуктивное сельское хозяйство; «умные» цепи поставок; персональное и специализированное питание; биологизированное и органическое сельское хозяйство. Также в российской программе «Национальная технологическая инициатива» сформулировано понятие «сквозные технологии», под которыми понимаются технологии Четвертой промышленной революции, которые имеют потенциал оказать наиболее существенное влияние на развитие рынков НТИ. В мировой практике уже существуют примеры по применению данных технологий.

Блокчейн имеет большой потенциал для внедрения в сельскохозяйственное производство. Так, данная технология может быть применена для прослеживания движения продукции от места производства до продажи в магазине, «от грядки до полки», что позволит оперативно реагировать на выявление некачественной продукции. Потребители смогут получать гораздо больше важной информации о сельскохозяйственной продукции, местах и способах ее производства, что станет конкурентным преимуществом фирм-производителей. Среди практических примеров применения блокчейна следует выделить американскую торговую компанию «Walmart», которая заказала разработку технологии у «IBM» и сейчас использует ее для прослеживания движения каждого овоща и фрукта, каждой связки салата [1]. Еще одним плюсом данной технологии является возможность быстро и эффективно среагировать на выявленную бактерию (например, E.coli), заразившую часть партии, и сразу снять только эту часть с реализации, что в итоге позволяет производителям не терять выручку от остальной, здоровой части поставки продукции.

Большие данные активно используются во всех странах, как в развитых, так и в развивающихся. Цифровые технологии постепенно проникают даже в удаленные поселения Африки, позволяют собирать огромные массивы информации, которую цифровые алгоритмы обрабатывают и на этой основе выдают рекомендации фермерам, прогнозируют развитие ситуации, а также автоматически оповещают пользователей об изменениях. Примером такой технологии может быть приложение EMA-i, которое разработано продовольственной и сельскохозяйственной организацией ООН (ФАО) [2]. Целью разработки данного приложения было предоставление возможности фермерам обмениваться в реальном времени информацией о возникших очагах заболеваний животных. Следует отметить, EMA-i способствует повышению эффективности системы раннего предупреждения и реагирования на заболевания животных, т. к. система автоматически оповещает пользователей о случаях заболеваний и позволяет строить картографические изображения регионов, графики и диаграммы.

Технологии, основанные на **искусственном интеллекте** (ИИ), преобразуют аграрный сектор: для оценки производственной деятельности хозяйства больше не требуется физическое присутствие фермера, он может положиться на данные, полученные со спутников и беспилотных летательных аппаратов. Они способны оптимизировать использование ресурсов, на основании прогнозного моделирования обосновать своевременно принимаемые решения и обеспечить круглосуточную работу систем мониторинга. К примеру, разработанная компанией «Алибаба» система ET Agricultural Brain позволяет на основе распознавания по внешнему облику, температуре и голосу определить состояние здоровья каждого животного на свиноферме [3].

Сельскохозяйственные **роботы** («агроботы») уже сегодня помогают фермерам измерять расход воды и оптимизировать полив. Легкие малые роботы позволят постепенно снизить степень уплотнения почв и вернуть им способность насыщаться воздухом. Например, группа специалистов компании «Найо Текнолоджиз» разработала сельскохозяйственного робота, облегчающего труд фермеров и повышающего доходность фермерских хозяйств [4]. Робот «Дайно» позволяет фермерам соблюдать все более жесткие нормы применения фитосанитарных препаратов, преодолевать проблемы, связанные с использованием пестицидов, и справляться с нехваткой рабочей силы в аграрном секторе.

Однако необходимо отметить, что к настоящему времени все вышеназванные технологии все еще мало распространены, применяются точечно и находятся в большинстве случаев на этапе полевых испытаний. Тем не менее, уже существуют кейсы по объединению сквозных технологий в единую систему с помощью Интернета вещей, в растениеводстве такая бизнес-модель получила название «точечное земледелие», в животноводстве – «цифровая ферма». Использование систем управления сельскохозяйственной техникой при посеве и внесении удобрений позволяет сократить расходы на семенной материал, удобрения и топлива для трактора, уменьшить затраты времени на производство полевых работ. Аналогично в животноводстве такие системы управления позволяют сократить расходы на корм и лекарства, увеличить скорость роста животных, а также уменьшить затраты на оплату труда обслуживающего персонала. Однако внедрение таких технологий требует значительных финансовых ресурсов, поэтому внедрение подобных технологий в мелких фермерских хозяйствах связано с большим количеством проблем.

Цифровизация изменяет все звенья агропродовольственной цепочки, и данные изменения обладают как преимуществами, так и негативными эффектами. Среди плюсов необходимо выделить следующие:

- Управление ресурсами любого элемента системы можно строить на принципах оптимизации, индивидуального подхода, разумности и предсказуемости. Например, внедрение бизнес-модели «Точечное земледелие», проведенное PwC на конкретном предприятии, позволило достичь средней экономии затрат в 5–10% и повышение урожайности больше чем на 10%. Данный эффект сложился из уменьшения затрат на воду, удобрения, увеличения точности применения гербицидов и проведения засевов. На другом предприятии PwC реализовывало концепцию «Цифровая ферма», что позволило достичь экономии затрат в 15–20%, сокращения падежа скота на 15% и увеличения поголовья на 10%. Это было достигнуто за счет эффективного использования кормов и снижения производственного цикла, сокращения численности обслуживающего персонала, своевременного и сфокусированного применения лекарств и выявления заболеваний животных на начальных стадиях [5].
- В производственно-сбытовых цепочках обеспечивается полная прослеживаемость и координация, создаются оптимальные модели управления сельскохозяйственными землями, культурами и животными.
- Цифровое сельское хозяйство позволяет создать системы, для которых характерны высокая продуктивность, предсказуемость и способность адаптироваться к изменениям, в том числе и к тем, которые провоцирует меняющийся климат. Это, в свою очередь, обеспечивает повышение уровня продовольственной безопасности, доходности и устойчивости, а также решает проблему голода в мире.

Однако существуют значительные риски в распространении данных технологий. Наиболее явным из них является тот факт, что все вышеназванные технологии являются капиталоинтенсивными и снижают потребность в сельскохозяйственных работниках. Это может быть плюсом в развитых странах, где существует их дефицит, однако в развивающихся странах агропродовольственный сектор критически важен в плане обеспечения занятости и источников средств к существованию, т. к. в нем занята значительная доля населения. Внедрение таких технологий ведет к тому, что люди останутся без работы, что обостряет проблемы неравенства, нищеты и голода. Кроме того, внедрение сквозных технологий требует значительных средств для покупки оборудования, а также его обслуживания (зарплата для высококвалифицированных кадров, запчасти и пр.), что увеличивает разрыв между развитыми и развивающимися странами, а также между крупными и малыми предприятиями и, следовательно, ведет к уменьшению конкуренции в данной отрасли.

Следует также отметить наличие ряд четких стратегических трендов развития сельского хозяйства, среди них наиболее значимыми являются:

• Полностью роботизированное производство. Данный процесс особенно ярко проявится на крупных предприятиях, имеющих доступ к значительному объему финансирования, т. к. такие машины позволяют окупить себя только при больших объемах производства. Мелкие фермеры будет затронуты данным трендом в гораздо меньшей степени.

• Появление вертикальных ферм позволит вести сельское хозяйство в городах. Поскольку уже с 2008 г. больше половины жителей Земли живут в городах, то требуются изменения практик выращивания, переработки и распределения продуктов питания с учетом этой тенденции. Городское сельское хозяйство может развиваться как в пригородных районах, как и непосредственно в жилых массивах.

• Большое распространение получат новые бизнес-модели, в т. ч. числе точечное земледелие и цифровая ферма. Уже есть примеры построения вертикальных ферм, т. е. высокоавтоматизированных комплексов для выращивания пищевых растений в закрытых помещениях внутри специально спроектированного здания. Характерной чертой такиъ ферм является многоярусное размещение насаждений и полностью контролируемый климат. Вертикальные фермы могут стать способом решения проблемы дефицита плодородных земель.

• Изменение способов производства продуктов питания, что связано с серьезным негативным влиянием нынешних технологий сельского хозяйства на окружающую среду. Ученые ищут способы производства мяса без непосредственного выращивания животных, а производства ее в лабораториях, однако на данный момент такой процесс неэффективен, в т. ч. экономически. Кроме того, ведутся поиски альтернативных источников белка, способного заметить говядину и свинину – уже сейчас на европейский рынок выпускают продукцию, сделанную из насекомых, например, муку.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. In Wake of Romaine E. coli Scare, Walmart Deploys Blockchain to Track Leafy Greens / Walmart official website. URL: https://corporate.walmart.com/newsroom/2018/09/24/in-wake-of-romaine-e-coli-scare-walmart-deploys-blockchain-to-track-leafy-greens (дата обращения: 16.10.2022).

2. EMA-i: a mobile app for timely animal disease field reporting to enhance surveillance / Food and Agricultual Organisation of дата обращения United Nations official website. URL: https://www.fao.org/3/i4853e/i4853e.pdf (дата обращения: 15.10.2022).

3. Alibaba Cloud Launches ET Agricultural Brain at the Shanghai Computing Conference / Business Wire official site. URL: https://www.businesswire.com/news/home/20180606006487/en/Alibaba-Cloud-Launches-Agricultural-Brain-Shanghai-Computing (дата обращения: 14.10.2022).

4. Naio Technologies' official site. URL: https://www.naio-technologies.com/en/dino/ (дата обращения: 15.10.2022).

5. Применение цифровых технологий для повышения эффективности деятельности АПК. URL: https://www.pwc.ru/ru/agriculture/agro-tech-solutions-final.pdf (дата обращения: 16.10.2022).

УДК 657.622

ДЕБИТОРСКАЯ И КРЕДИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТИ КАК ПОКАЗАТЕЛИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Р. С. Головнин

ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», г. Киров, Россия

R. S. Golovnin

Vyatka State University, Kirov, Russia

Аннотация. В рамках работы была дана характеристика дебиторской и кредиторской задолженности как показателей, способных достоверно отражать уровень платёжеспособности предприятия. Проведена оценка финансовой устойчивости на основании этих показателей на примере данных ПАО «Веста», показано влияние оптимизации дебиторской задолженности на существенное улучшение финансо-

вой устойчивости предприятия без применения сторонних мер воздействия на другие аспекты его деятельности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, оборачиваемость дебиторской задолженности.

I. ВВЕДЕНИЕ

Конкурентоспособность предприятия может быть охарактеризована с различных аспектов. Данный термин исходит от понятия «конкуренция», которое разные авторы трактуют различным образом. Так А. Смит трактовал конкуренцию как борьбу между индивидуальными товаропроизводителями и покупателями за более выгодные продажи и покупки [1]. Г.Л. Азоев предлагает воспринимать конкуренцию как соперничество на каком-нибудь месте между отдельными юридическими или физическими лицами (конкурентами) ради достижения одной и той же цели [2]. В.Н. Иванов и И.А. Фокина под конкуренцией понимают соперничество, соревнование между предприятиями на рынке за более выгодные условия воспроизводства товаров для получения на этой основе максимально возможной прибыли [3].

Конкурентоспособность занимает значительное место в определении целей предприятия. Но при элементарности понимания конкурентоспособности как способности выигрывать конкурентную борьбу это понятие необходимо подвергнуть тщательному научному осознанию [4].

Андреева Т.А. [5] представляет конкурентоспособность предприятия в широком смысле и считает, что предприятие должно эффективно влиять на социально-экономическую сферу, адаптироваться к изменяющейся среде, удовлетворять потребности клиентов, персонала, инвесторов. К другой точке зрения относятся Юрова Е.С., Азоев Г.Л., Челенков А.П. [6], они считают, что конкурентоспособность предприятия есть возможность эффективно использовать свои конкурентные преимущества, а также комплекс финансового, производственного, научно-технического и трудового потенциала в хозяйственной деятельности, обеспечивая ее прибыльностью и адаптации к окружающей среде.

При этом одним из важнейших, наиболее легкодоступных для внешнего пользователя показателей, который может отразить текущее состояние в рамках конкурентной борьбы, является баланс предприятия. В частности, кредиторская и дебиторская задолженности могут многое сообщить о настоящем положении организации, объёмах экономической активности, уровне работы с контрагентами. В связи с этим, их анализ является необходимым условием складывания полноценного мнения о состоянии предприятия на конкурентном рынке.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Основной и единственной задачей настоящего исследования, является анализ дебиторской и кредиторской задолженностей предприятия, оценка их объёма, влияния на конкурентоспособность, и платёжеспособность как один из её аспектов, а также поиск резервов для снижения долговой нагрузки на предприятии исключительно за счёт дебиторской задолженности.

III. ТЕОРИЯ

Как было отмечено, дебиторская и кредиторская задолженности крайне желательны для анализа на предприятии, поскольку с их помощью можно судить об уровне платёжеспособности предприятия, что является, особенно в кризисные периоды, важнейшим индикатором конкурентоспособности. Общее правило состоит в том, что обе эти величины должны примерно равняться друг другу в абсолютном выражении. Кроме того, для баланса предприятий очень полезно, чтобы доля дебиторской задолженности в активах не превышала 25-30%. При несоблюдении этой рекомендации существенно вырастает риск ликвидности.

Далее, для полноценного анализа кредиторской и дебиторской задолженности, необходимо рассмотреть конкретный случай грубого несоответствия указанным рекомендациям, показав на конкретном примере риски, этим провоцируемые. Для примера взято предприятие Кировской области ПАО «Веста», занимающееся производством стиральных машин. Все данные были взяты из публичных источников, на основании отчётов о финансовых результатах и аудиторских заключений за 2019-2021 гг.

ПАО «Веста» испытывает серьёзные трудности платёжеспособностью во многом только благодаря неудовлетворительному балансу. У предприятия есть узкие места в объёме кредиторской и дебиторской задолженности, а также в показателях рентабельности.

ПАО «Веста» обладает большими размерами кредиторской задолженности, что создаёт высокие финансовые риски и риски ликвидности.

Таблица 1

Состав и структура кредиторской задолженности ПАО «Веста»

Наименование показателя	2021		2020		2019	
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%
Расчёты с поставщиками и подрядчиками	3227110	98.49	2825266	98.66	2209252	97.22
Авансы полученные	33	0.01	11	0.01	2	0.01
Расчёты по налогам и взносам	26213	0.79	21118	0.73	15651	0.68
Прочая кредиторская задолженность	23264	0.71	17225	0.60	47651	2.09
Итого кредиторская задолженность:	3276620	100.00	2863650	100	2272507	100
В том числе: Просроченная кредиторская задолженность	1415469	43.20	1365763	47.69	1346783	59.26
В том числе: Расчёты с поставщиками и подрядчиками	1415469	43.20	1365763	47.69	1346783	59.26

Практически вся кредиторская задолженность состоит из расчётов с поставщиками и подрядчиками, при этом, по итогу 2021 года, ощутимая часть из которой оказалась просрочена. За последний представленный год показатель просроченной задолженности увеличился на 3.63%. В результате, в минувшем году пенни и штрафы у предприятия составили 236956 тыс. руб. [7].

Обращая внимание на дебиторскую задолженность, необходимо держать в голове тот факт, что именно она должна стать главным источником возмещения просроченной кредиторской задолженности, и именно за её счёт будет выправляться в норму баланс этих показателей.

Таблица 2

Состав и структура дебиторской задолженности ПАО «Веста»

Наименование показателя	2021		2020		2019	
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%
Расчёты с покупателями и заказчиками	2648384	91.14	1931654	88.81	2247769	90.58
Авансы выданные	86013	2.96	65019	2.99	85589	3.45
Расчёты с бюджетом	125532	4.32	140071	6.43	96053	3.87
Прочая дебиторская задолженность	45913	1.58	38405	1.77	52166	2.10
Итого дебиторская задолженность (нетто):	2905842	100.00	2175149	100.00	2481577	100.00
Резерв по сомнительным долгам	6579	0.23	7455	0.34	7816	0.31
Итого дебиторская задолженность	2899263	99.77	2167694	99.66	2473761	99.63

Более чем 90% дебиторской задолженности формируется за счёт расчётов с покупателями и заказчиками. Стоит учесть, однако, что в структуре показателя резервы по сомнительным долгам составляют лишь 0.23-0.34%. В связи с этим покрыть просроченную кредиторскую задолженность за их счёт невозможно [7].

Однако доля дебиторской задолженности в структуре активов 73.08% против рекомендуемых 25-30%, что с одной стороны вскрывает риск платёжеспособности, но с другой позволяет воспользоваться раздутым показателем для расчётов по просроченным долгам предприятия [7].

Оборачиваемость дебиторской задолженности в 2021 году составляет 129.89 дней, при среднем в отрасли значении 63.4. Таким образом, можно без какого-либо ущерба для объёма производства снизить дебиторскую задолженность, снизив срок расчётов контрагентов-покупателей до среднеотраслевого уровня.

Сделать это возможно будет за счёт пересмотра условий договоров с покупателями так, чтобы уменьшить интервал между заключением контракта и выплатой обязательств до 60 дней. Это снизит оборачиваемость дебиторской задолженности и активов в целом, что также уменьшит дебиторскую задолженность без ущерба для выручки, за счёт чего будет возможно оплатить просроченную кредиторскую задолженность.

В результате, только лишь за счёт изменения оборачиваемости дебиторской задолженности удастся существенно снизить дебиторскую и кредиторскую задолженности, а также уменьшить риски платёжеспособности и ликвидности, что положительно отразится на конкурентоспособности предприятия.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕТНОВ

Для представления результатов эксперимента необходимо предположить, что с 2022 года указанное мероприятие действительно имело место.

Без ущерба для производства может высвободится 53.81% денежных средств за счёт снижения дебиторской задолженности. Её уменьшение могло бы составить 1560079 тыс. руб. Однако это больше, чем величина просроченной кредиторской задолженности, поэтому оставшуюся часть можно оставить в дебиторской задолженности чтобы как можно больше сблизить показатели. В результате кредиторская задолженность снизится на величину просроченной своей части и составит 56.80% от значения годом ранее, а дебиторская задолженность снизится на 48.82%. Их соотношение, однако, изменится с 0.89 в 2021 году до 0.80 в 2022 году. Это негативным образом может отразится на платёжеспособности, но стоит учесть, что в данной случае предприятие избавляется от просроченной кредиторской задолженности, которая приносила дополнительные расходы в виде пенни и штрафов в размере 236956 тыс. руб. ежегодно, поэтому временное нарушение соотношения представляется наиболее рациональным решением. В будущем дебиторскую задолженность можно будет вновь несколько нарастить.

Таблица 3

Результат снижения оборачиваемости дебиторской задолженности

Показатель	2021 г.	2022 г.	2022 г. в % к 2021 г.
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	2899236	1483767	51.18
Кредиторская задолженность, тыс. руб.	3276620	1861151	56,80
Просроченная кредиторская задолженность, тыс. руб.	1415469	0	0.00
Пенни и штрафы, тыс. руб.	236956	0	0.00
Оборачиваемость дебиторской задолженности	129.89	60.00	46.19
Коэф. текущей ликвидности	1.012	1.150	113.86
Коэф. соотношения заёмных и собственных средств	43.47	17.86	41.09

После проведённого мероприятия дебиторская задолженность в структуре активов будет составлять 44.45% против 73.08% ранее. Это ещё не уровень рекомендуемого диапазона 25-30%, однако намного более адекватный показатель. Кроме того, просроченная кредиторская задолженность, а также пенни и штрафы, ей вызываемые упадут до 0 тыс. руб., что благоприятно отразится на финансовом состоянии. Коэффициент текущей ликвидности вырастет на 13.86%. его величина будет также недостаточна, однако положительная динамика будет достигнута. Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств снизится с 43.47 до 17.86, что благоприятно скажется на финансовой устойчивости.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Основной способ снижения дебиторской задолженность, применённый в рамках настоящей работы – снижение оборачиваемости дебиторской задолженности с 129.9, до 60 дней. 60 дней взято на основании среднего значения оборачиваемости дебиторской задолженности по отрасли (63.4 дня), а также практически полученного опыта автора статьи.

Предприятия должны стремится к снижению интервала между заключением договора поставки и расчётами по нему, поскольку в этом случае увеличивается финансовая активность предприятия, его финансовые результаты, а также не происходит обесценения оговоренных доходов за счёт инфляции, что особенно актуально в настоящий момент. Таким образом, на обсуждение предлагается способ снижения дебиторской задолженности и целесообразность её снижения таким способом вообще, и в описываемом случае в частности.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в настоящей статье показано, что показатели дебиторской и кредиторской задолженности могут объективно сигнализировать о наличии или развитии рисков платёжеспособности и финансовой устойчивости предприятия, что напрямую отражается на конкурентоспособности. При этом возможно существенно выравнивать индикаторы устойчивости предприятия исключительно за счёт работы с балансом, кредиторской и дебиторской задолженностью. Работая только с ними невозможно полностью восстановить конкурентоспособность фирм, но возможно оперативно исправить и улучшить платёжеспособность и устойчивость предприятия.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: Байбакова Татьяна Викторовна, к.э.н., доцент кафедры «Экономика» ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Смит А. Исследование о природе и причине богатства народов. М.: Эксмо, 2007. 960 с.

2. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика: моногр. М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. 208 с.

3. Иванов В. Н., Фокина И. А. Методические основы управления конкурентоспособностью // Инновационные подходы к модернизации современного общества: материалы межвуз. науч.-практ. конф., 28 янв. 2010 г. Чебоксары: РИО ЧКИ РУК, 2010. С. 41–44.

4. Голиков И. А. Особенности содержания понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» // Российское предпринимательство. 2016. № 10. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-soderzhaniya-ponyatiy-konkurentsiya-i-konkurentosposobnost (дата обращения: 02.06.2022).

5. Андреева Т. А. Оценка и прогнозирование конкурентоспособности предприятия. Саратов: Саратов. гос. социально-экономический ун-т, 2010. 128 с.

6. Юрова Е. С. Анализ и определение экономической категории «Конкурентоспособность предприятия». Тюмень: Тюменская гос. архитектурно-строительная акад., 2003.

7. Отчет о финансовых результатах ПАО «Веста» 2019-2021 гг. URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/5044063254_ooo-vesta-sm (дата обращения: 02.06.2022).

УДК 656.078

АУТСОРСИНГ И ЕГО РОЛЬ В ЛОГИСТИКЕ

Д. Е. Грузд

Самарский государственный университет путей сообщения, Самара, Россия

D. E. Gruzd

Samara State University of Railway Transport, Samara, Russia

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы применения аутсорсинговых услуг в логистике. Приведены факторы повышения эффективности логистической деятельности с применением аутсорсинга. Доказано положительное влияние аутсорсинга на качество удовлетворения клиентских запросов.

Ключевые слова: колебание спроса, потребитель, мировая экономика, логистика, аутсорсинг, операционная эффективность.

I. ВВЕДЕНИЕ

Аутсорсинг в целом является важной темой в промышленности во все времена. Учитывая озабоченность по поводу этичного выбора поставщиков и обеспечения того, чтобы качество не снижалось при производстве или хранении продукта, важно убедиться, что компания предоставляет своим потребителям качественный товар. Это особенно актуально во время кризиса, вызванного коронавирусом, из-за проблем, возникающих с цепочками поставок, и многих вопросов о том, куда, возможно, придется переместить источники и закупки, поскольку кризис полностью изменил современную цепочку поставок.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Аутсорсинг логистики — это отличный метод высвобождения ресурсов и, в конечном счете, приближения к клиентам компании для обеспечения своевременной доставки. Преимущества, связанные с аутсорсингом логистики, проявляются в нескольких формах: экономия операционных затрат, сокращение численности сотрудников, оптимизация операций и обеспечение глобальной своевременной доставки.

III. ТЕОРИЯ

Логистика является основой процесса цепочки поставок. Это ключевая функция во многих организациях, особенно для компаний, работающих в сфере производства и дистрибуции. В то время как некоторые фирмы предпочитают создавать, управлять и поддерживать внутренние отделы логистики, многие компании полагаются на сторонних поставщиков услуг.

Аутсорсинг логистических процессов — это передача ответственности за логистическую деятельность организации внешнему эксперту.

Аутсорсинг логистических процессов имеет смысл на рынке, где грузоотправители и трейдеры сталкиваются с растущим давлением затрат, меняющимися ожиданиями клиентов и необходимостью снижения операционных расходов при одновременном повышении эффективности процессов и внедрении инноваций. У многих фирм просто нет ресурсов или возможностей для создания собственной команды логистов, и они предпочли бы сосредоточиться на своей стратегической деятельности, такой как разработка новых продуктов и улучшение своих конкурентных преимуществ.

Логистические мероприятия составляют значительную часть общего бюджета организации. Вот почему менеджеры по цепочкам поставок и владельцы бизнеса всегда стремятся получить максимальную отдачу от своих расходов на логистику [2].

Большинство компаний отдают логистику на аутсорсинг, чтобы сократить расходы, получить доступ к экспертным знаниям и улучшить конечный результат. Некоторые компании передают логистические функции на аутсорсинг, поскольку считают, что сторонние эксперты могут лучше упростить управление цепочками поставок и доставлять товары клиентам быстрее и экономичнее.

Какова бы ни была причина, использование аутсорсинговых логистических услуг растет во всех отраслях. Поставщики услуг явно приносят пользу организациям в виде экономии средств, улучшения процессов и повышения удовлетворенности клиентов.

Контракты на аутсорсинг сложны. Действительно, они касаются одновременно распоряжения активами и будущих услуг. Вопрос об отчуждении активов не вызывает непреодолимых проблем. Конечно, достаточно прибегнуть к оценке третьей стороны или ввести положение о компенсации поставщика, если информация, предоставленная компанией на ее оборудовании, окажется ошибочной.

Сложность контракта в гораздо большей степени обусловлена тем фактом, что он должен позволять компании избегать оппортунистического поведения поставщика в долгосрочный. Таким образом, он должен содержать инструменты анализа производительности, качество и значимость поставщика. Компании обладают ресурсами и навыками, составляющими основу конкурентного преимущества, но ни одна компания не обладает набором этих качеств, чтобы эффективно вносить свой вклад.

Теория, основанная на ресурсах, постулирует, что стратегический альянс, как и логистический аутсорсинг, — это способ, с помощью которого компании делятся своими ресурсами и возможностями.

Когда активы, используемые для реализации какой-либо деятельности, мало специфичны, существует большое количество потенциальных поставщиков. Когда выбранный поставщик знает, что его можно легко заменить другим, поэтому он не должен вести себя оппортунистически по отношению к своему клиенту. Напротив, чем больше активов, используемых для реализации той или иной деятельности, специфичны, тем больше ограничено число потенциальных поставщиков. Выбранный поставщик затем может извлечь выгоду из этой ситуации «малого числа», чтобы принять оппортунистическое поведение, не опасаясь нарушения контракта [1].

Когда активы, используемые для осуществления деятельности, строго специфичны, у выбранного поставщика может возникнуть соблазн пересмотреть условия контракта. В этом случае компании следует скорее согласиться на пересмотр условий, чем на смену поставщика.

Следовательно, более или менее специфический характер активов, используемых для осуществления деятельности, должен усилить влияние времени, прошедшего с момента подписания контракта.

Логистический аутсорсинг характеризуется существованием иерархических отношений. Существование таких иерархических отношений придает очень большую гибкость вертикальной интеграции. Напротив, аутсорсинг основывается на договорных отношениях, которые требуют заблаговременного планирования максимального количества непредвиденных обстоятельств, которые могут возникнуть в течение ожидаемого срока действия контракта. Затем эти непредвиденные расходы должны быть включены в контракт [3].

Однако любой контракт остается непоправимо неполным по двум основным причинам. С одной стороны, ограниченная рациональность индивидов не позволяет им планировать набор событий, которые могут произойти в течение ожидаемой продолжительности жизни по контракту.

С другой стороны, оппортунизм заключается в том, что договорные положения никогда не будут однозначными и что их толкование часто будет затруднительным.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Когда возникает необходимость выбора логистического оператора, в большинстве случаев клиенты ориентируются на ценовую политику логистической компании и выбирают наиболее приемлемую для них. Однако такой подход не является оптимальным, так как цены напрямую зависят от величины груза, характеристики и свойств товаров, структуры поставок, качества оказываемых услуг и множества других различных факторов. Учитывать стоимость предоставляемых услуг и снижать ее конечно важно, однако следует понимать, что чем ниже цена, тем хуже качество. В свою очередь это может привести к затратам, уровень которых будет многократно выше, чем количество сэкономленных денег [1].

Обсуждение результатов. Несомненно, в условиях быстрого увеличения числа видов деятельности, передаваемых на аутсорсинг, производительность логистической службы частично отражаются в определенной формализации отношений, создавая новые проблемы управления.

Заключение. Аутсорсинг в логистике заключается в передаче логистических процессов третьей стороне. В качестве последней может быть, как одна фирма, так и группа компаний. Суть данной услуги состоит в уменьшении расходов компании, при реализации поставок продукции благодаря привлечению одного или нескольких квалифицированных профессионалов – логистических операторов. Данный вид деятельности имеет большие перспективы развития в будущем.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Стапран Д. А. Аутсорсинг в логистике. Как максимизировать выгоду и оптимизировать затраты: моногр. М.: Вузовский учебник, 2017. 129 с.

2. Йордон Э. ИТ-Аутсорсинг. Конкуренция в глобальной гонке за производительностью. М.: Лори, 2016. 370 с.

3. Одегов Ю. Г. Аутсорсинг в управлении персоналом: учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2021. 186 с

УДК 658.5

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И НИЗКАЯ КВАЛИФИЦИРОВАННОСТЬ КАДРОВ РЫБХОЗЯЙСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Д. Е. Грузд

Самарский государственный университет путей сообщения, Самара, Россия

D. E. Gruzd

Samara State University of Railway Transport, Samara, Russia

Аннотация: В статье рассматриваются логистические проблемы и недостаточная подготовка кадров для рыбохозяйственного комплекса в условиях цифровизации экономики, а также торговли в связи с основными современными тенденциями в экономике развитых стран. Приведены проблемы логистического сервиса в современных экономических условиях, раскрыты пути повышения квалификации кадров как способа повышения качества логистических услуг.

Ключевые слова: рыбохозяйственный комплекс, цифровизация экономики, развитые страны, экономическая деятельность, квалификация, обучение торговли.

I. ВВЕДЕНИЕ

Информационные технологии сейчас стремительно развиваются во всем мире. Развитие цифрового оборудования привело к изменениям в требованиях работодателей на рынке труда. В Российской Федерации цифровизация затронула большинство российских производственных предприятий. Эти изменения коснулись и организации торговых предприятий, в частности рыбохозяйственный комплекс.

В современной литературе рассматриваются различные влияния на рынок труда. Статья Х. Афонсо и Д. Холланд отмечает влияние двух тенденций в торговой политике на рынок труда, причем обе они связаны с политическими решениями.

Несмотря на то, что политические факторы имеют решающее значение в развитии рынка труда, ряд авторов отмечают влияние технологических процессов, в частности цифровизации, на изменение требований к специалистам и, как следствие, трансформацию рынка труда.

Авторы отмечают, что цифровая трансформация и вытекающие из нее инновации радикально изменили потребительские ожидания и поведение в сфере торговли, оказав огромное давление на традиционные формы торговли, уничтожив многочисленные рынки. Цифровые должности сегодня более востребованы на рынке труда. Например, согласно современному исследованию, в 2023 году около 28% новых рабочих мест в мировой экономике будет создано благодаря цифровым технологиям.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В обозримом будущем основной акцент будет сделан на использовании трудового потенциала сотрудников, обладающих необходимыми цифровыми компетенциями. Согласно результатам опроса работодателей, 73% из них в настоящее время испытывают серьезные проблемы при поиске квалифицированных специалистов, обладающих навыками работы с цифровыми технологиями.

В дополнение к нехватке специалистов, владеющих цифровыми технологиями, будущее разделение труда между человеком и машиной подразумевает изменения в образовательных технологиях и логистических поставках.

III. ТЕОРИЯ

Растущая цифровизация экономики и достижения в области искусственного интеллекта не позволяют автоматизировать нестандартные задачи, требующие креативности и воображения, которые относятся к числу самых уникальных человеческих способностей. Л. Г. Хаммершой предполагает, что будущее образование должно сочетать творческие компетенции с цифровыми.

Исследование рынка труда Германии в связи с цифровизацией экономики, проведенное К. Денглер и Б. Маттес представили степень будущей автоматизации профессий. Авторы показали, что только определенные задачи в профессии могут быть заменены. В исследовании рассматривалось 8000 задач, которые могут быть заменены компьютерами или машинами с компьютерным управлением. Предполагая, что только определенные задачи могут быть заменены, авторы доказали, что только 15% немецких сотрудников находятся в группе риска. Кроме того, есть свидетельства роста занятости в цифровой экономике.

Э. Отикан, А. Бурчу, Д. Маня и А. Арделеан проанализировал стратегию ЕС в эпоху цифровой революции в отношении взаимосвязи между образованием, цифровой средой и рынком труда. Авторы пришли к выводу, что необходимо минимизировать разрыв между спросом и предложением на рынке труда для работников с развитыми цифровыми компетенциями. Они подчеркнули важность обновления системы образования в области информационных технологий, чтобы соответствовать ожиданиям растущей и постоянно меняющейся цифровой среды [1].

Цифровизация розничной торговли обычно связана с сокращением торгового персонала и повышением независимости покупателей. Однако необходимо искать новые возможности в овладении навыками работы с современными цифровыми устройствами. Распределение профессиональных обязанностей между сотрудниками и цифровым оборудованием преобразует монотонные функции персонала, ускорит рабочие процессы и создаст дополнительное рабочее время для новых задач.

Цифровые технологии и логистические операции российской торговли активно развиваются и обеспечивают повышение эффективности торговых предприятий. Это не исключает проблем, которые возникают в настоящее время или могут возникнуть в будущем.

К ним относятся:

- небольшое количество квалифицированного персонала;
- отсутствие цифровых навыков у пожилых работников;
- небольшое количество учебных заведений, которые готовят специалистов для работы в условиях цифровизации сферы торговли.

Необходимо модернизировать систему подготовки специалистов среднего звена и квалифицированных рабочих для предотвращения проблем с подготовкой квалифицированных кадров для торговли в условиях

стремительного распространения информационных технологий, в частности это касается кадров для рыбохозяйственного комплекса [2].

Стремительный рост и развитие цифровых технологий сочетаются с демографическими изменениями в структуре рынка труда, связанными со старением населения трудоспособного возраста и отрасль рыбохозяйственного комплекса требует решительных и быстрых изменений.

Квалифицированные рабочие и технические специалисты со средним специальным образованием — это люди старше 50 лет на большинстве российских предприятий. Учебные заведения не готовят необходимое количество квалифицированных рабочих и специалистов со средним образованием, которые востребованы работодателями в сфере рыбохозяйственного комплекса в условиях цифровизации экономики, и в целом на рынке труда [2]. Из-за недостаточной представленности на рынке труда молодых квалифицированных кадров со средним образованием и квалифицированных рабочих усилилась конкуренция между предприятиями внутри отрасли за привлечение энергичных и творческих работников. Если несколько десятилетий назад “рекрутинг” профессионалов касался только высшего персонала, то в последние годы эта тенденция коснулась квалифицированных специалистов среднего звена и квалифицированных рабочих.

Изменения в профессиональной подготовке в сфере рыбохозяйства связаны с процессами цифровизации. С использованием сложных информационных систем повышаются требования к рабочим и техническим профессиям в данной отрасли. Специалисты среднего звена и квалифицированные рабочие должны понимать функции цифрового оборудования, используемого в этих процессах.

Количество сотрудников, способных выполнять такую работу на высоком уровне, не пополняется новыми кадрами, поскольку учебные заведения практически не готовят специалистов среднего звена и рабочих по необходимым направлениям. Подготовка специалистов для торговли должна учитывать специфику этой сферы деятельности и требования к навыкам работы в цифровой среде [2].

Очевидной становится стратегическая роль кадрового потенциала в формировании цифровой составляющей системообразующих отраслей экономики, в частности в рыбохозяйственном комплексе. Цифровые технологии являются не только технологической базой для модернизации производства, а также основанием для непрерывного самосовершенствования и расширения знаний работников.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Создание цифровой инфраструктуры позволяет превращать информацию не только в ресурс для экономического роста, а также адаптивно использовать организаторскую активность трудовых ресурсов.

Обсуждение результатов. Использование трансформации с целью постоянного улучшения как принципа нового цифрового экономического уклада позволит не только перестроить взаимодействие рыбохозяйственного производства с потребителями и построить сквозные бизнес-процессы, а также расширить полномочия экономических субъектов при взаимодействии с внешней средой и улучшить логистические операции предприятия [1].

Выводы и заключение. Цифровизация рыбохозяйственного комплекса потребует не только обучения кадров, способных обслуживать технику и киберфизические устройства имеющих специальное техническое образование, но и разработки программ по привлечению новых специалистов для улучшения логистические операции предприятия. Содействие в разработке и внедрению в систему высшего и среднего профессионального образования новых образовательных программ и стандартов обучения по инновационным технологиям цифрового рыбохозяйственного комплекса, в курсы повышения квалификации кадров, обеспечение комплекса мер по трансферту знаний и распространения технологий сберегающего структуру производства рыбной продукции. Для осуществления подготовки специалистов в области цифрового рыбного хозяйства необходимо использовать научный и педагогический потенциал учебных заведений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анализ использования сырьевой базы рыболовным флотом Российской Федерации в 2020 году. М.: ВНИРО, 2020. 335 с.

2. Анализ использования сырьевой базы рыболовным флотом Российской Федерации в 2021 году. М.: ВНИРО, 2021. 328 с.

УДК 338.24

АНАЛИЗ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Р. Р. Джанкезова, Л. Б. Атаева
Северо-Кавказская государственная академия, г. Черкесск, Российская Федерация

R. R. Dzhankezova, L. B. Ataeva
North Caucasus State Academy, Cherkessk, Russian Federation

Аннотация. В статье представлены результаты изучения методики оценки качества прибыли и возможностей использования полученных данных для анализа финансовых результатов конкретного предприятия. Проведен сравнительный анализ динамики показателей за последние четыре года, обобщены результаты расчетов, определены причины убыточной деятельности и ухудшения показателей. Выявлены основные пути повышения эффективности управления финансовыми результатами, в том числе повышения прибыли предприятия.

Ключевые слова: качество прибыли, сигнальные показатели, оценка.

I. ВВЕДЕНИЕ

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуют заключительный экономический итог его функционирования за отчетный период. Финансовые результаты сигнализируют о росте или снижении эффективности операционной, инвестиционной, финансовой деятельности предприятия. результативности финансовой политики, качества управления затратами, имуществом, персоналом и пр.

«В условиях обостряющейся экономической и политической напряженности в современном мире порядок формирование, анализа и использование финансовых результатов отечественными организациями становится особенно актуальным» [1]. Финансовый результат можно охарактеризовать в виде приращения или уменьшения прибыли как части собственного капитала предприятия [2]. Предназначение финансовых результатов состоит в выявлении проблем, узких мест, недостатков в деятельности предприятия, а также изыскание резервов и возможностей повышения финансовой устойчивости и конкурентоспособности. Необходимо создать условия для роста финансовых результатов в текущем периоде и на перспективу. [3].Формирование эффективного механизма управления финансовыми результатами включает решение задач по увеличению величины прибыли, а также роста ее качества [4]. Важную роль для эффективного управления финансовыми результатами «играют такие факторы как цена, объем реализации, себестоимость, ассортимент и номенклатура выпускаемой продукции» [5]. Финансовые результаты деятельности предприятия формируют экономическую базу для самофинансирования, создают условия для расширенного воспроизводства [6].

Таким образом, максимизация положительного значения финансовых результатов является магистральной целью деятельности предприятия.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Оптимизация прибыли как главного элемента финансовых результатов деятельности является первостепенной задачей предприятия любой формы собственности и отраслевой принадлежности. В данном вопросе особое значение имеет проблема повышения качества прибыли. Качество прибыли отражает, насколько для данной организации является стабильным достигнутый уровень прибыли, а также степень использования хозяйственных ресурсов и резервов для его достижения. Отсутствие стабильности отражает рискованность бизнеса. Оценка качества прибыли дает возможность пользователям бухгалтерской отчетности проводить сравнительный анализ деятельности разных предприятий с учетом факторов формирования прибыли, а финансовым менеджерам – принимать обоснованные управленческие решения, использовать результаты анализа качества прибыли в прогнозировании прибыли.

III. ТЕОРИЯ

Качество прибыли является комплексной характеристикой. Сложности состоят в определении пороговых критериев приемлемого и желаемого уровня прибыли. В настоящее время не сложилось единого представления относительно сущности качества прибыли, а также ее показателей. В зависимости от целей, задач, теоретико-методологических представлений аналитиков, условий анализа могут применяться и используются различные

показатели качества прибыли — количественные и неколичественные. Особую аналитическую ценность имеют количественные показатели. Качество прибыли зависит от множества факторов, но в целом они характеризуют два признака «качественности» прибыли – это стабильность в доходах (устойчивость во времени) и адекватность ее оценки. Что касается **показателей качества прибыли**, не имеющих количественного измерения, то к ним, в частности, относят: процентную ставку по кредитам; состояние расчетов с кредиторами; учетную политику; роль бухгалтерских методов в формировании финансовых результатов и пр.

Одним из основных показателей, характеризующих качество прибыли, является структура прибыли. Так, например, наличие значительного удельного веса в прибыли до налогообложения прибыли от прочих видов деятельности свидетельствует о низком качестве прибыли, сформированной за счет случайных источников, поэтому имеющей неустойчивый характер. Это характеризует неэффективность управления организацией, так как неспособность получения желаемого объема прибыли за счет основной деятельности мотивирует руководство к поиску альтернативных источников ее формирования, в том числе доходов от сдачи имущества в аренду, продажи неиспользуемых основных производственных фондов и иных активов.

Таблица 1

Показатели качества прибыли предприятия [7]

Сигнальные показатели качества прибыли	Формула расчета	Оценка качества прибыли
1. Соотношение прибыли от продаж и чистой прибыли, ед.	Прибыль от продаж / Чистая прибыль	Динамика роста свидетельствует об улучшении качества прибыли
2. Соотношение прибыли от продаж и прибыли до налогообложения, ед.	Прибыль от продаж / Прибыль до налогообложения	Динамика роста свидетельствует об улучшении качества прибыли
3. Чистая рентабельность продаж, ед.	Чистая прибыль / Выручка от реализации продукции	Динамика снижения свидетельствует об ухудшении качества прибыли
4. Соотношение прочих затрат и выручки от реализации продукции, ед.	Прочие затраты / Выручка от реализации продукции	Динамика роста свидетельствует об ухудшении качества прибыли
5. Коэффициент платежеспособности, ед.	Остаток денежных средств на начало отчетного периода + поступило денежных средств за отчетный период / Расход денежных средств за отчетный период	Динамика снижения свидетельствует об ухудшении качества прибыли
6. Производственный леверидж (рычаг), ед.	Темпы прироста прибыли от продаж / Темпы прироста выручки от реализации продукции	Динамика роста свидетельствует об ухудшении качества прибыли

Показателями оценки качества прибыли могут служить коэффициенты, представленные в таблице 1. В предложенной системе показателей качество прибыли характеризуется стабильностью (устойчивостью) темпов прироста суммы различных видов прибыли и направленностью изменений структуры источников формирования финансовых результатов. Рекомендуемая система может рассматриваться лишь как один из возможных вариантов диагностирования качества прибыли хозяйствующего субъекта и существует немало возможностей ее улучшения и развития. Система количественных показателей качества прибыли предприятия некоторые недостатки. Самый главный из них — трудность определения критериев и конкретных показателей и, следовательно, отсутствие четких методик, субъективизм в оценках. Практическая ценность анализа качества прибыли заключается в объективной оценке тенденций ее формирования как показателя эффективности хозяйствования, источника финансирования расширенного воспроизводства и материального стимулирования, что позволяет увязать финансовые результаты с качеством управления организации.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Оценку качества прибыли рассмотрим по данным бухгалтерской отчетности электросетевой компании ПАО «Россети». Миссия ПАО «Россети» — обеспечение надежного, качественного энергоснабжения потребителей путем организации эффективной инфраструктуры, внедрения инновационных и цифровых технологий.

Таблица 2

Показатели для оценки качества прибыли пао «россети», млн. руб. [8]

Показатели	2018	2019	2020	2021
Выручка от реализации продукции	27187,8	39434,9	15752,6	24880,2
Прибыль от продаж	22520,7	34776,5	11348,0	20483,9
Прибыль (убыток) до налогообложения	-11150,9	135805,2	30071,2	-37114,5
Чистая прибыль (убыток)	-11547,2	135244,7	29545,9	-38314,4
Остаток денежных средств на начало отчетного периода	34901,5	10851,0	16255,1	16058,3
Поступление денежных средств за отчетный период	48446,0	150036,7	113304,3	106880,8
Расход денежных средств за отчетный период	72496,5	113618,3	113501,7	93054,9

В таблице 2 приведены показатели, которые можно использовать для анализа качества прибыли предприятия. Распространение коронавирусной инфекции негативно отразилось на ключевых показателях ПАО «Россети». Так, в 2018 – 2019гг. наблюдается значительный рост выручки от реализации (+12,2 млн. руб., или 45,0%). Но в 2020г.произошел резкий спад (на 40%) по отношению к предыдущему году). В 2021г. экономическая ситуация несколько улучшилась, но достичь не удалось даже уровня 2018г. Аналогично росла и снижалась прибыль от продаж. Данные тенденции отразились на движении денежных потоков. Анализ балансовой и чистой прибыли свидетельствует об убытках в 2018 и 2021гг. Это связано с уменьшением прочих доходов и ростом прочих расходов, а также ростом затрат по обслуживанию банковских кредитов.

Таблица 3

Расчет сигнальных показателей качества прибыли пао «россети», ед. [8]

Сигнальные показатели качества прибыли	Результаты расчетов				Обобщение динамики сигнальных показателей для оценки качества прибыли (рост, снижение)		
	2018	2019	2020	2021	за 2019 к 2018	за 2020 к 2019	за 2021 к 2020
1.Соотношение прибыли от продаж и чистой прибыли, ед.	х	0,26	0,38	х	↓(уб.)	↑	↓(уб.)
2.Соотношение прибыли от продаж и прибыли до налогообложения, ед.	х	2,56	0,38	х	↓(уб.)	↑	↓(уб.)
3.Чистая рентабельность продаж, ед.	х	3,43	1,88	х	↓(уб.)	↓	↓(уб.)
4. Соотношение прочих затрат и выручки от реализации продукции, ед.	3,26	1,81	6,1	3,94	↑	↓	↑
5.Коэффициент платежеспособности, ед.	1,15	1,42	1,14	1,3	↑	↓	↑
6.Производственный леверидж (рычаг), ед.	0,99	1,06	0,83	1,15	↓	↑	↑
Итоги (соотношение количества благоприятных и неблагоприятных сигнальных показателей)					**2 / 4**	**3 / 3**	**3 / 3**

Результаты проведенного анализа качества управления финансовыми результатами исследуемого представлены в таблице 3. Расчет сигнальных показателей по данным бухгалтерской отчетности ПАО «Россети» позволил дать оценку изменения качества прибыли предприятия за последние четыре года. Прежде всего, в оценке качества прибыли следует подчеркнуть значимость устойчивости темпов прироста всех видов прибыли: прибыли от продаж, прибыли до налогообложения, чистой прибыли. Прибыль ОАО «Россети» сменяется

убытками, рост прибыли сменяется ее снижением, так что это условие не выполняется. Важную роль имеют источники формирования финансовых результатов деятельности предприятия. Чем выше доля прибыли, полученной от основной деятельности, тем выше качество прибыли. Убытки в 2018 и 2021гг.по балансовой и чистой прибыли негативно характеризуют работу предприятия, не дают возможности сравнить значения показателей с прибылью от продаж, рассчитать и проанализировать динамику чистой рентабельности продаж. Колеблются значения коэффициента платежеспособности, производственного левериджа. В целом, соотношение количества благоприятных и неблагоприятных сигнальных показателей за 2019 к 2018 – 2/4, за 2020 к 2019 – 3/3, за 2021 к 2020 – 3/3.Следовательно, количество благоприятных значений отобранных показателей растет за 2018 – 2021гг.от 2 до 3-х, количество неблагоприятных значений – снижается от 4 до 3-х.Это можно считать позитивной тенденцией. Однако убыточная деятельность в отдельные годы должна быть предметом изучения и устранения причин, вызвавших ее.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Цель максимизации финансовых результатов, в том числе благодаря повышению качества прибыли, стимулирует предприятие применять наиболее результативные методы сочетания материальных, финансовых, трудовых ресурсов; обновлять номенклатуру выпускаемой продукции; совершенствовать производственную базу; повышать квалификацию персонала и т.д. Высокое качество прибыли характеризуется ростом объемов производства, снижением себестоимости продукции, позитивной динамикой величины прибыли, а также совершенствованием структуры источников ее формирования. Показателями низкого качества прибыли является, соответственно, рост себестоимости продукции, рост цен на продукцию без увеличения объема ее выпуска и реализации в натуральных показателях, изменчивость суммы и структуры источников формирования этой прибыли. Для повышения качества прибыли можно предложить следующие мероприятия: координировать работу по снижению себестоимости продукции за счет сокращения материальных затрат, коммерческих расходов, улучшения организации производства; привлечь дополнительные долгосрочные заемные источники финансирования для модернизации основных производственных фондов; наладить систему мониторинга дебиторской и кредиторской задолженности; контролировать состояние расчетов по просроченной задолженности; внедрить централизованную систему планирования и бюджетирования.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Качество прибыли предприятия зависит от обоснованности управленческих решений по управлению доходами и расходами, основными и оборотными фондами, финансовыми ресурсами, денежными потоками, рисками. Эффективное управление качеством прибыли является важным элементом финансовой стратегии предприятия. призвано в краткосрочном периоде повысить финансовую устойчивость и платежеспособность, а в долгосрочном - повысить его конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Власова Н. С., Корнияш В. С. Анализ финансовых результатов деятельности организации // Деловой вестник предпринимателя. 2021. № 4 (2). С. 19–24.
2. Мерзлякова М. К. Обзор методик анализа финансовых результатов // Вестник магистратуры. 2018. № 12-4 (87). С. 223–225.
3. Домнина С. В., Гусева Е. М. Управление финансовыми результатами // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 5-2. С. 128–13.
4. Алтыник А. П., Ряхина А. А., Морозова Н. С. Совершенствование механизма управления финансовыми результатами предприятия // Актуальные проблемы современности: наука и общество. 2020. № 2 (27). С. 16–19.
5. Анушкина Я. С. Пути повышения финансовых результатов предприятия // Вестник магистратуры. 2018. № 1-3 (76). С. 163–165.
6. Кусова О. К. Учет финансовых результатов: проблемы теории и практики // Хроноэкономика. 2018. № 2 (10). С. 122–130.
7. Анализ качества прибыли и определяющих ее факторов. URL: https://infopedia.su/16xd30f.html (дата обращения: 28.11.2020).
8. Бухгалтерские балансы. Отчеты о финансовых результатах ПАО «Россети» за 2018-2021гг. (дата обращения: 28.11.2020).

УДК 338.24

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ВВЕДЕНИЯ КОРОНАВИРУСНОГО КАРАНТИНА НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Р. Р. Джанкезова, Л. Б. Атаева
Северо-Кавказская государственная академия, г. Черкесск, Российская Федерация

R. R. Dzhankezova, L. B. Ataeva
North Caucasus State Academy, Cherkessk, Russian Federation

Аннотация. В статье дана динамическая оценка прибыли предприятия и рентабельности активов, выявлена взаимосвязь финансовых результатов и влияния экономического кризиса, вызванного мерами по ограничению распространения коронавируса. Проведено исследование состава и структуры финансовых результатов компании, а также динамики изменения на примере конкретного предприятия.

Ключевые слова: финансовые результаты, прибыль, рентабельность.

I. ВВЕДЕНИЕ

Финансовые результаты деятельности предприятия – финальные показатели, характеризующие итоги процесса производства и реализации продукции, выполнения работ, оказания услуг и, в то же время, создающие материальные условия для очередного производственного цикла и социального развития.

Рост финансовых результатов предприятий способствует повышению доходов бюджета соответствующей территории субъекта Российской Федерации за счет увеличения налоговых отчислений. На микроуровне положительная динамика финансовых результатов благоприятно влияет на финансовую устойчивость, инвестиционную привлекательность предприятия, деловую активность, конкурентоспособность. Это обоюдовыгодно для предприятия и государства.

«В условиях обостряющейся экономической и политической напряженности в современном мире порядок формирование, анализа и использование финансовых результатов отечественными организациями становится особенно актуальным» [1]. Финансовый результат можно представить как приращение или, наоборот, уменьшение величины собственного капитала предприятия за счет прибыли. Прибыль, в свою очередь, есть сальдо доходов и расходов предприятия. Наличие прибыли означает рентабельную работу предприятия. Рост прибыли и рентабельности свидетельствует, в конечном итоге о повышении эффективности функционирования предприятия [2]. Выявление и группировка факторов по различным классификационным признакам способствует разработке комплексной системы управления финансовыми результатами [3]. Увеличению финансовых результатов содействует грамотная ценовая политика, рост объемов производства продукции, снижение себестоимости, расширение ассортимента и номенклатуры выпускаемой продукции [4]**.** Следует отметить, что финансовый результат деятельности - это ключевой показатель, вызывающий практический интерес внутренних и внешних пользователей учетной информации [5]. Предприятию необходимо разработать качественный механизма управления финансовыми результатами для решения задач по увеличению прибыли, росту конкурентоспособности продукции, улучшению платежеспособности и, в целом, повышению эффективности производственной деятельности [6].

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель анализа финансовых результатов - систематическое и своевременное предоставление руководству предприятия достоверной информации об итогах работы предприятия за отчетный период для выработки управленческих решений по устранению имеющихся недостатков и определению внутренних резервов повышения эффективности производственной и финансовой деятельности.

Оценка финансовых результатов характеризует качество выполнения производственной программы, показывает окупаемость произведенных затрат, позволяет определить рентабельные и нерентабельные виды деятельности и продукции, дает возможность выявить узкие места и определить конкурентные преимущества предприятия. Анализ динамики и качества финансовых результатов в ретроспективе формирует базу данных для прогноза основных показателей эффективности управления имуществом на перспективу. Изучение позитивных и негативных изменений финансовых результатов помогает предвидеть последствия от стратегических

решений; оценить влияние управленческих решений руководящего состава на финансовое состояние предприятия.

Распространение коронавирусной инфекции в 2020г. последующий за ней экономический кризис оказали существенное влияние на финансовые результаты практически всех российских предприятий независимо от сферы деятельности. Принятие ограничительных мер неблагоприятно отразилось на величине совокупного спроса и предложения. В условиях сложившейся ситуации на фоне пандемии произошел разрыв производственно-сбытовых цепочек, снизились инвестиции, резко выросла безработица из-за закрытия десятков тысяч предприятий. При этом, следует подчеркнуть, что последствия коронавируса для российской экономики имеют долгосрочный характер. Чтобы преодолеть наступивший кризис или смягчить его последствия на предприятии необходимо организовать антикризисное управление.

III. ТЕОРИЯ

Основными задачами анализа финансовых результатов деятельности предприятия являются: изучение формирования и структуры прибыли (убытка) от обычной деятельности, абсолютное ее изменение против базового периода; обоснование и количественное определение факторов изменения валовой прибыли и прибыли от продаж; обоснование и количественное соизмерение факторов изменения прибыли от обычной деятельности, в том числе за счет изменения прибыли до налогообложения; за счет изменения прибыли от продаж; выявление и количественное соизмерение резервов роста прибыли; анализ факторов формирования чистой прибыли; анализ формирования показателей, обоснование и количественное соизмерение факторов изменения рентабельности продукции и капитала, возможностей ее повышения.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

ПАО «Россети» - одна из крупнейших электросетевых компаний по числу потребителей и протяжённости сетей напряжения до 110 кВ. ПАО «Россети» - значимая инфраструктурная компания в России, находится под контролем государства и является его агентом по управлению российским электрораспределительным сетевым комплексом. Введение карантинных ограничений в 2020г. крайне негативно отразилось на финансовых результатах его деятельности. Проанализируем деятельность предприятия за 2019-2021гг.

Таблица 1

Анализ показателей отчета о финансовых результатах пао «россети» [7]

Показатели	Отчетные данные, млн. руб.			Темпы прироста (снижения) (+,-), %	
	2019	2020	2021	2020 к 2019	2021 к 2020
Выручка от продажи продукции, оказания услуг	39434,9	15752,6	24880,2	- 60,1	+ 57,9
Себестоимость продукции	4658,4	4404,6	4396,3	- 5,4	- 0,2
Валовая прибыль	34776,5	11348,0	20483,9	- 67,4	+ 80,5
Коммерческие расходы	-	-	-	-	-
Управленческие расходы	-	-	-	-	-
Прибыль (убыток) от продаж	34776,5	11348,0	20483,9	- 67,4	+ 80,5
Проценты к получению	7215,6	4537,1	4590,6	- 37,1	+ 1,2
Проценты к уплате	2586,5	1050,4	1347,5	- 59,4	+ 28,3
Прочие доходы	167894,9	111260,4	37102,7	- 33,7	- 66,7
Прочие расходы	71500,4	96023,9	97944,1	+ 34,3	+ 23,4
Прибыль (убыток) до налогообложения	135805,2	30071,2	-37114,5	-77,9	- 21,8
Чистая прибыль	135244,7	29545,9	-38314,4	- 78,2	+ 29,7

Согласно данным таблицы 1, введение карантинных мер в 2020г.в худшую сторону изменило основные финансово-экономические показатели ПАО «Россети». Только за 2020г.в % к 2019г.выработка от реализации уменьшилась на 236,8 млрд. руб., или на 60,1%. В 2021г.общая сумма доходов предприятия несколько увеличилась (на 9млрд.руб.),но не достигла уровня 2019г.Валовая прибыль изменяется аналогично выручке (снижение, рост).В отличии от валовой прибыли и прибыли о продаж, балансовая прибыль в 2021г.сменилась убытками

в сумме 37,1 млрд.руб.,что связано с резким снижением суммы прочих доходов при незначительном увеличении прочих расходов. Чистая прибыль также как и балансовая прибыль имеет негативную тенденцию: за 2020 к 2019гг. сокращение на 105,7 млрд. руб., за 2021 к 2020гг. – сокращение на 67,8 млрд. руб.

Таблица 2

Анализ показателей прибыли ПАО «Россети» [7]

Показатели	Отчетные данные		
	2019	2020	2021
1 Валовая прибыль, тыс. руб.	34776,5	11348,0	20483,9
- базисные темпы роста, %	100	32,6	180,5
- цепные темпы роста, %	х	32,6	58,9
2. Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	34776,5	11348,0	20483,9
- базисные темпы роста, %	100	32,6	180,5
- цепные темпы роста, %	х	32,6	58,9
3. Прибыль(убыток) до налогообложения, тыс. руб.	135805,2	30071,2	-37114,5
- базисные темпы роста, %	100	22,1	х
- цепные темпы роста, %	х	22,1	х
4. Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	135244,7	29545,9	-38314,4
- базисные темпы роста, %	100	21,8	х
- цепные темпы роста, %	х	21,8	х

Данные таблицы 2 свидетельствуют о том, что валовая прибыль (и прибыль от продаж) в 2020 г. составила 32,6% к предыдущему году, в 2021 г. составила менее 60% уровня докризисного 2019 г. Балансовая и чистая прибыль составила в 2020 г. чуть более 20% к предыдущему году. Провести сравнения за 2021 г. не представляется возможным, так ка прибыль сменилась убытками. **Помимо прибыли важное значение имеет анализ рентабельности. Главное назначение** показателей рентабельности — оценить эффективность использования менеджментом различных видов ресурсов, активов и капитала предприятия.

Таблица 3

Анализ рентабельности активов ПАО «Россети» [7]

Показатели	Отчетные данные			Изменения (+, -)		
	2019	2020	2021	за 2020 к 2019	за 2021 к 2020	за 2021 к 2019
Данные для расчета						
1. Чистая прибыль, тыс. руб.	135244,7	29545,9	-38314,4	-105698,8	- 67860,3	-173559,1
2. Внеоборотные активы, тыс. руб.	422033,8	461702,8	399847,2	+39669	-61855,6	+1693,9
3. Оборотные активы, тыс. руб.	68223,6	61438,5	69917,5	-6785,1	+8479	+1693,9
4.Совокупные активы, тыс .руб.	490257,3	523141,3	469764,7	+32884	-53376,6	-20492,6
Показатели рентабельности активов						
1.Рентабельность внеоборотных активов, %	32,0	6,4	х	- 25,6	х	х
2. Рентабельность оборотных активов, %	198,2	48,1	х	- 150,1	х	х
3. Рентабельность совокупных активов, %	27,6	5,6	х	-22,0	х	х

Эффективность управления активами ПАО «Россети» можно оценить по данным таблицы 3, рассчитав показатели рентабельности. Эффективность деятельности предприятия во многом обусловлена рациональным формированием состава и структуры его активов. То же можно сказать и в отношении формирования и усиления конкурентного статуса предприятия, прямо связанного с рациональным использованием и развитием активов предприятия. Доходность внеоборотных активов ПАО «Россети» в 2020г.по сравнению с 2019г.

упала с 32,0% до 6,4% на фоне снижения чистой прибыли и роста стоимости внеоборотных активов. Доходность оборотных активов тоже уменьшилась с 198,2% до 48,1% (при снижении суммы текущих активов на 10% и чистой прибыли – на 78,2%). В целом, доходность совокупных активов сократилась с 27,6% до 5,6% за счет падения чистой прибыли и 6 %-ного роста стоимости имущества предприятия. Соотношение убытков и активов в 2021г.исследовать нецелесообразно. В целом, по динамике показателей прибыли и рентабельности можно считать управление имущественным комплексом анализируемого предприятия неэффективным. Причина объективная – влияние введения карантинных мероприятий по сдерживанию распространения COVID-19.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Основной целью управления финансовыми результатами организации является повышение экономических выгод собственников предприятия. Задачи управления финансовыми результатами организации тесно взаимосвязаны между собой, но при этом некоторые их них имеют разнонаправленный характер: в частности, максимизация уровня прибыли при минимизации уровня риска: обеспечение достаточного размера прибыли, направляемой на прирост активов и на потребление и т. п. По этой причине в системе управления финансовыми результатами организации конкретные задачи должны быть оптимизированы между собой. Финансовые результаты деятельности зависят от того, насколько оперативно и точно предприятие может выявить, количественно измерять влияние различных внешних и внутренних факторов, а также противостоять их негативному воздействию, обусловленному высоким уровнем финансовых рисков.

Так как финансовый результат деятельности компании — многокомпонентный показатель, который складывается под влиянием различных внешних и внутренних факторов, то напрямую воздействовать на него очень сложно. Поэтому руководители финансово-экономических служб должны управлять финансовым результатом п через контрольные и корректирующие мероприятия по его ключевым составляющим (валовой доход от продаж; постоянные операционные расходы; внереализационные доходы и расходы и т.д.).

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Система антикризисного управления включает в себя мониторинг состояния предприятия, диагностику степени проявлений кризиса, разработку антикризисных мероприятий и контроль над их выполнением.

К конкретным задачам по улучшению финансового результата относятся: оптимизация затрат; оптимизация доходов; реструктуризация активов предприятия; обеспечение дополнительных доходов предприятия; совершенствование расчетов с контрагентами; совершенствование финансовых взаимоотношений с поставщиками, кредиторами, государственными структурами. Максимизация финансовых результатов будет способствовать повышению финансовой устойчивости предприятия, росту его финансовой независимости.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Власова Н. С., Корнияш В. С. Анализ финансовых результатов деятельности организации // Деловой вестник предпринимателя. 2021. № 4 (2). С. 19–24.

2. Мерзлякова М. К. Обзор методик анализа финансовых результатов // Вестник магистратуры. 2018. № 12-4 (87). С. 223–225.

3. Домнина С. В., Гусева Е. М. Управление финансовыми результатами // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 5-2. С. 128–131.

4. Анушкина Я. С. Пути повышения финансовых результатов предприятия // Вестник магистратуры. 2018. № 1-3 (76). С. 163–165.

5. Кусова О. К. Учет финансовых результатов: проблемы теории и практики // Хроноэкономика. 2018. № 2 (10). С. 122–130.

6. Алтыник А. П., Ряхина А. А., Морозова Н. С. Совершенствование механизма управления финансовыми результатами предприятия // Актуальные проблемы современности: наука и общество. 2020. № 2 (27). С. 16–19.

7. Бухгалтерские балансы. Отчеты о финансовых результатах ПАО «Россети» за 2018-2021 гг. https://www.fskees.ru/shareholders_and_investors/financial_information/accounting_standards/?ysclid=lb7mm732x9257530343 (дата обращения: 14.10.2022).

УДК 658.15

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ДИАГНОСТИКЕ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ КОРПОРАЦИЙ

Дун Цяньюй
Южный федеральный университет, Россия

Аннотация. В статье рассмотрена проблема результатирующего применения различных подходов к управлению финансовыми рисками корпорации. Для этого изучен вопрос содержания и сущности финансового риска и концептуальных подходов к его управлению, проанализированы методы диагностики финансовых рисков, в рамках которых определена возможность их разделения на два типа: традиционные и современные. Приведены модели управления финансовыми рисками компании.

Ключевые слова: **финансовый риск, управление финансовыми рисками, диагностика финансовых рисков, модели управления финансовыми рисками.**

I. ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях с ускорением развития информационных и компьютерных технологий, мотивирующие корпорации проходить цифровую трансформацию и быстрым ростом «Интернет 5G», которая охватила уже 1 млрд человек, т.е. 15% мирового населения [1], а также складывающимися экономическими условиями, в которых происходит ужесточение конкуренции между компаниями, актуализируется проблема контроля за рисками управления финансами предприятий. Компания должна начинать действовать, как только будут обнаружены аномальные показатели, чтобы предотвратить или уменьшить вред для бизнеса. Это свидетельствует о повышение актуальности риск-менеджмента в области корпоративных финансов и, как следствие, раннего распознавания и снижения негативного влияния финансовых рисков, которые могут возникать в процессе всей деятельности компании.

Здесь необходимо отметить, что вопросом финансового риска и его управлением занимались многие специалисты на протяжение всего времени развития экономики. И на данный момент существуют следующие наиболее распространенные подходы к пониманию данной дефиниции. Финансовый риск можно трактовать, как потенциальный финансовый убыток субъекта, т. е. существующий реализованный или нереализованный финансовый убыток, а также будущий убыток, связанный с финансовыми или товарными инструментами [2]; способность компании управлять своим долгом и финансовым рычагом, и его часто воспринимают как риск того, что компания может не выполнить свои обязательства по выплате долга [3]; вероятностное наступление ущерба посредством проведения операций в таких сферах как биржевая и финансово-кредитная, т.е. это риск вытекающий из содержания финансовых операций [4]; недостаток денежных средств для покрытия своих обязательств не только перед кредиторами, но и перед акционерами, то есть риски снижения платежеспособности; риски снижения доходности и устойчивости [5].

В структуру финансового риска можно включить следующие типы рисков [6]: кредитный риск (риск дефолта, риск распространения, риск понижения рейтинга); рыночный риск; риск ликвидности; операционный риск; процентный риск [7]; валютный риск; [6] государственный долг [8]; налоговый риск [9].

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Развитие финансового риска представляет собой длительный процесс, который переходит от количественного изменения к качественному. Соответственно, исходя из всех определений финансового риска можно отметить, что он предполагает возникновение потерь, которые могут подразделяться на ожидаемые и неожиданные в зависимости от степени неопределенности внешней среды и влияния ее факторов в результате функционирования компании на рынке и ее взаимодействия с различными акторами рынка. Указанные потери требуют от корпорации принятия управленческих решений по управлению финансовыми рисками.

Чем раньше будут выявлены и устранены риски, тем лучше для безопасности финансовых операций бизнеса. Основным методом преодоления финансовых рисков является их управление. Соответственно целью данной статьи является определение и систематизация наиболее эффективных подходов диагностики финансовых рисков в соответствие с требования современных технологий и тенденций, которые складываются в социально-экономической сфере.

III. ТЕОРИЯ

Управление финансовыми рисками можно охарактеризовать как план действий, придерживаясь которого компания будет стремиться нивелировать финансовые риски настоящего и будущего. Процесс управления финансовыми рисками традиционно состоит из реализации нескольких итераций, которые предполагают реализацию функций по управлению финансовыми рисками – это анализ, оценка, контроль и управление. В рамках данной статьи рассматриваются основные подходы диагностики финансовых рисков.

Если рассмотреть историю подходов к управлению финансовыми рисками, что можно выделить два основных периода – это модели традиционного управления финансовыми рисками и современный подход управления финансовыми рисками, который базируется на портфельной теории [10]. Модели VAR, представленные в 1990-х годах открыли более совершенные и универсальные инструменты управления рисками.

В работах ученых можно выявить множество подходов к определению финансового риска, к которым относятся: регрессионный анализ; анализ соотношения риска (VaR); анализ безопасности; анализ сценариев [6]; прогнозирование финансовых рисков; метод Монте-Карло [11], коэффициент для расчета риска неликвидности [12], диагностика риска через дисперсию, среднеквадратичное отклонение, коэффициент вариации [13]. Эта схема основана на предположении, что ежедневные доходы подчиняются нормальному распределению.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Анализ работ по диагностики финансовых рисков корпораций показал, что модели, которые традиционно использовались в практике, компаний по управлению финансовыми рисками не могут полностью предсказать сегодняшние риски. Так, например, количественная оценка рисков через расчет статистических показателей имеет свои ограничения. Результаты расчета по данным показателям справедливы только при наличии симметричного распределения, если эти условия не выполняются, использование этого подхода нецелесообразно и в анализе могут быть серьезные ошибки [14].

Другим ограничением эффективного использования традиционных и портфельных подходов в диагностике финансового риска корпораций стало увеличение в геометрической прогрессии различного рода данных, которые необходимо обрабатывать и хранить, а также совершенствование компьютерных и информационных технологий.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

На современном этапе развития информационно-коммуникационных технологий, искусственного интеллекта и управления большими данными анализ и диагностика рисков для компании состоит из двух этапов:

1) выявление факторов риска и измерение воздействия, что может быть выполнено с помощью анализа чувствительности, с помощью сценарного метода и дерева решений;

2) количественная оценка риска.

Однако на каждом из этих этапов требуется применять модели управления финансовыми рисками, которые бы отвечали требования современного развития науки и техники. К таким моделям можно отнести: многоступенчатая модель линейного стохастического программирования [15]. Модель оптимизирует выпуск облигаций, сводя к минимуму среднюю стоимость финансирования, контролируя левередж на приемлемом уровне и контролируя риск банкротства на приемлемом уровне. В основе данной модели лежит алгоритм дерева решений и является ядром модели интеллектуального анализа данных. Данная модель позволяет эффективно анализировать финансовое положение предприятий посредством функции финансового анализа и управления принятием решений. В ней заложено исследование не только финансовой отчетности, которая демонстрирует ситуацию финансового управления, но и всесторонний учет изменения среды предприятия.

Второй этап предполагает количественную оценку риска компании, что означает измерение изменчивости прогнозируемой прибыли с учетом множества сценариев в зависимости от изменений, которые могут помешать будущей хозяйственной деятельности. Статистические показатели, используемые при оценке риска, представляют собой дисперсию, среднеквадратичное отклонение и коэффициент вариации.

Вариацией данного подхода, но уже с использование технологий машинного обучения и больших данных является модель предупреждения финансовых рисков, например, в цепочке поставок отрасли коммерческого обращения [16], которая включает финансовые и нефинансовые показатели. К ним относятся в общей сложности 16 финансовых показателей, включая три группы показателей по сотрудничеству с основными стейкхолдерами, степень обмена информацией между предприятиями цепочки поставок и финансирование производительности предприятия; и 13 нефинансовых показателей системы индексов раннего предупреждения финансового риска. Результаты исследования показали, что модель имеет высокую точность прогнозирования и обеспечения надежности предотвращения и контроля финансовых рисков цепочки поставок на практике.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования можно сделать вывод, что сегодня корпорации сталкиваются с серьезными кризисами, которые могут быстро распространяться и причинять значительный ущерб. В этом случае актуализируется проблема управления финансовыми рисками, в рамках которой их диагностика является необходимым и наиболее важным элементом. Анализ эволюции управления финансовыми рисками показал, что большинство ранее используемых моделей по управлению финансовыми рисками не могут полностью измерять и прогнозировать сегодняшние риски. В связи с развитие технологий необходимо использовать более совершенные модели диагностики финансовых рисков, в основе которых лежат машинное обучение и большие данные.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Развитие сетей 5G в мире // Tadviser: сайт. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A0%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%B5_%D1%81%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%B9_5G_%D0%B2_%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%B5#:~:text=%D0%B2%20%D0%B7%D0%BE%D0%BD%D0%B5%20%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D1%80%D1%8B%D1%82%D0%B8%D1%8F%205G%20%D0%B1%D1%83%D0%B4%D0%B5%D1%82,%D0%B0%20%D0%BA%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%86%D1%83%202020%20%D0%B3.

2. Jílek J. Financial risks. Praha: Grada, 2000. 635 p.

3. Valaskova K., Kliestik T., Kovacova M. Management of financial risks in Slovak enterprises using regression analysis // Oeconomia Copernicana. 2018. Vol. 9 (1). P. 105–121.

4. Лебедев В. А. Особенности управления финансовыми рисками в современной корпорации // Финансовая экономика. 2022. № 4. С. 36–39.

5. Удалова Д. В., Шкарин В. А. Финансовые риски естественных монополий: проблемы и решения // Инновационное развитие экономики. 2020. № 2 (56). С. 181–189.

6. Чараева М. В. Инструментарий управления финансовыми рисками в условиях неустойчивого финансового состояния корпорации // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2020. Т. 13, № 1 (351). С. 50–70.

7. Чекменева С. В. Оценка рисков, влияющих на финансовые результаты компании // Актуальные проблемы авиации и космонавтики: сб. материалов VII Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. Дню космонавтики: в 3 т. (Красноярск, 12–16 апр. 2021 г.). Красноярск: Изд-во Сиб. гос. ун-та науки и технологий им. акад. М. Ф. Решетнева, 2021. С. 350–352.

8. Глушаница А. С., Шевченко И. В. Финансовые риски корпораций, связанные с государственной политикой по выплате совокупного долга // Современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах: сб. науч. тр. 9-й Междунар. науч.-практ. конф. (Курск, 20–21 февр. 2020 г.). Курск: Изд-во Финанс. ун-та при Правительстве Российской Федерации, Курский филиал, 2020. С. 126–129.

9. Замула Е. В., Кузьмичева И. А. Налоговые риски предприятия и пути их минимизации // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 8-3. С. 118–122.

10. Kayahana C., Muratb T. The Evolution of Financial Risk Management // Journal of Corporate Governance Insurance and Risk Management (JCGIRM). 2022. Vol. 9, no. 1. P. 155–168.

11. Suciu G., Bârsan-pipu N. Diagnosis of a company’s risks // Knowledge Horizons - Economics. 2014. Vol. 6, no. 3. P. 179–184.

12. Amihud Y. Illiquidity and stock returns: Cross-section and time series effects // Journal of Financial Markets. 2002. Vol. 5. P. 31–56.

13. Firooz A. M., Ramezani J. The Effect of Corporate Governance System Theory Tools on Financial Risk Using Generalized Method of Moments (GMM) // International Journal of Finance and Managerial Accounting. 2022. Vol. 7, no. 27. P. 187–198.

14. Suwinto J. The Relationship Between Economic Value Added, Market Value Added and Return On Cost of Capital in Measuring Corporate Performance // Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan. 2018. Vol. 02, no. 1. P. 23–35.

15. Li Y., Chen J. Financial Management Risk Control Based on Decision Tree Algorithm // Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies. 2022. Vol. 84. P. 98–105. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-16-5857-0_13(дата обращения: 28.11.2022).

16. Li-Li Yin, Yi-Wen Qin, Yuan Hou, Zhao-Jun Ren. A Convolutional Neural Network-Based Model for Supply Chain Financial Risk Early Warning // Computational Intelligence and Neuroscience. 2022. P. 7825597. URL: https://www.hindawi.com/journals/cin/2022/7825597/ (дата обращения: 28.11.2022).

УДК 336.225.3

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

А. Е. Елин, Р. Н. Шматков
Сибирский государственный университет путей сообщения (СГУПС), Новосибирск, Россия

A. E. Elin, R. N. Shmatkov
Siberian Transport University, Novosibirsk, Russia

Аннотация: В статье рассмотрены современные проблемы и особенности налогообложения субъектов предпринимательской деятельности. Показаны принципы налогообложения бизнеса. Рассмотрены специальные налоговые режимы.

Ключевые слова: экономика, налоги, налогообложение, бизнес

I. ВВЕДЕНИЕ

Цель данного литературного обзора – описание содержания проанализированных и использованных в ходе написания статьи источников и научных трудов. При написании данной работы использовались следующие источники.

В научной работе Шкребелы Е. В. рассмотрены существующее положение в области налогообложения малого бизнеса в России и основные проблемы, связанные с ним. Особый акцент сделан на последствиях применения упрощенной системы налогообложения и вмененного налогообложения.

Налоговый кодекс Российской Федерации состоит из двух частей. Он устанавливает систему налогов и сборов, а также общие принципы налогообложения и сборов в Российской Федерации. В том числе, в нём описаны: принципы установления, введения в действие и прекращения действия ранее введенных налогов субъектов Российской Федерации и местных налогов; виды налогов и сборов, взимаемых в Российской Федерации; основания возникновения и порядок исполнения обязанностей по уплате налогов и сборов; специальные налоговые режимы; принципы исчисления и уплаты конкретных налогов, акцизов и сборов; права и обязанности налогоплательщиков, налоговых органов и других участников отношений, регулируемых законодательством о налогах и сборах; ответственность за совершение налоговых правонарушений; порядок обжалования актов налоговых органов и действий (бездействия) их должностных лиц; формы и методы налогового контроля.

Официальный сайт Федеральной налоговой службы Российской Федерации содержит информацию о существующих налогах, порядках их выплаты, а также полезную информацию для налогоплательщиков и ответы на интересующие их вопросы.

Статья Мытаревой Л. А. И Портновой Г. В. посвящена теоретическим основам налогообложения труда в современной России. Труд рассматривается как ведущий фактор производства и развития человеческой цивилизации. Налогообложение доходов, формируемых в системе трудового найма между нанимателем и нанимаемым, рассматривается комплексно и во взаимоувязке как налогообложение труда в конкретной стране. При этом налогообложение труда является значимым фактором формирования налогового потенциала региона.

Научная работа Приваловой Светланы Геннадиевны содержит теоретические основы налогообложения. Автор исследует существующие теории и предлагает их новую классификацию: абсолютную и относительную теории налогообложения.

В статье Макаровой И. А. рассматриваются функции налогов. Автор комментирует существующие точки зрения на функции налогов, обосновывает различия между такими понятиями, как функция и роль налога, вводит понятие обременительной функции, которая более точно отражает свойство налога, чем регулирующая функция.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Задачи данной статьи – понять сущность такого понятия как «налоги», а также более подробно изучить принципы налогообложения различных форм бизнеса в Российской Федерации.

III. ТЕОРИЯ

Формирование стабильного и крепкого материального фундамента для обеспечения общественно важных функций – первоначальная и ключевая задача налогообложения.

Налоги представляют из себя безвозмездные, обязательные платежи, взимание которых осуществляется с физических лиц и частных лиц (организаций). Происходит это в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства, в том числе муниципальных образований.

Основные черты, более подробно характеризующие сущность налогов: установление налогов – исключительная прерогатива законодательной власти; уплата налогов – обязанность налогоплательщика, которая, в свою очередь, не образует встречной обязанности государства; налоги взимаются на условиях безвозвратности; целью взимания налогов выступает обеспечение расходов государства.

Переходя к вопросу налогообложения бизнеса, стоит начать с того, кто подлежит уплате налогов. В соответствии со ст. 246, 246.2 и 247 Налогового кодекса Российской Федерации налоги взимаются со всех юридических лиц; иностранных юридических лиц, работающих в России через постоянные представительства; иностранных организаций, признаваемых налоговыми резидентами Российской Федерации в соответствии с международным договором по вопросам налогообложения, для целей применения этого международного договора; иностранных организаций, местом фактического управления которых является Российская Федерация, если иное не предусмотрено международным договором по вопросам налогообложения [1].

Перед тем как разбираться в существующих способах уплаты налогов на бизнес, нужно дать определения доходам и расходам. Доходами выступает выручка по основному виду деятельности организации, а также суммы, которые были получены от прочей деятельности – сдача имущества в аренду, проценты по банковским вкладам и пр. (внереализационные доходы). При налогообложении прибыли все доходы учитываются без НДС и акцизов. Расходы же – это обоснованные и документально подтверждённые затраты предприятия. Они подразделяются на расходы, связанные с реализацией и производством (зарплата сотрудников, покупная стоимость сырья и материалов) и на внереализационные расходы (отрицательная курсовая разница, судебные и арбитражные сборы). Расходами признаются обоснованные и документально подтверждённые, осуществлённые (понесённые) налогоплательщиком затраты [2].

В Российской Федерации выделяются следующие 5 основных способов уплаты налогов организациями и ИП (см. рис. 1).

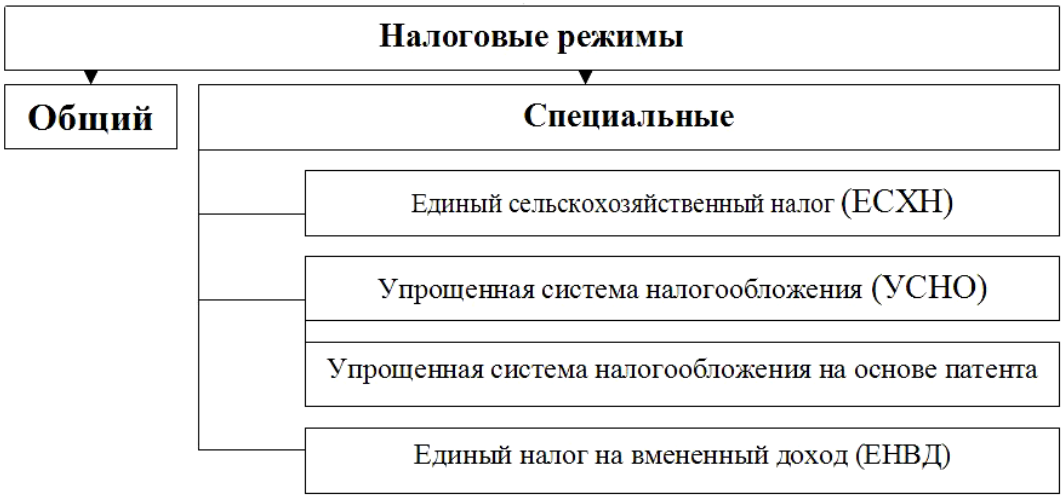


Рис. 1. Способы уплаты налогов организациями и ИП

Рассмотрим каждый из них более подробно. Первым способом является традиционное налогообложение (далее – ОСН). Оно устанавливается автоматически в том случае, когда владелец бизнеса самостоятельно не указал иной режим налогообложения. Организации с ОСН берут на себя обязанность своевременно вести и предоставлять в налоговую службу бухгалтерскую отчётность. Ставка налога на бизнес – 20% для юр. лиц (плюс НДС) и 13% НДФЛ для ИП [3].

Существует и упрощённая система налогообложения (далее – УСНО). Она является наиболее удобной для бизнеса малого и среднего уровней. Этот способ налогообложения вправе выбрать предприятие с численностью сотрудников менее ста человек, при этом всём оно не должно иметь филиалы. Более того, организация, пользующаяся УСНО не должна производить акцизные товары, заниматься добычей и продажей полезных ис-

копаемых. Виды сборов налога на чистый бизнес: процент со всех доходов (ставка 6%), либо с доходов после вычета расходов (ставка 15%) [4].

Патентная система налогообложения (ПСН) используется ИП, специализирующимися на одной сфере деятельности. В этой системе налогообложения отсутствует всякая отчётность. Условия: доходный лимит ИП не должен превышать 60 млн. рублей в год; менее 15 сотрудников в штате; торговая площадь до 50 кв. м. Ставка налога – 6%. Высчитывается от суммы потенциального дохода.

Четвёртый способ налогообложения – это единый сельскохозяйственный налог (сокр. ЕСХН). Его, в основном, выбирают те предприятия, которые ведут деятельность в сфере сельского хозяйства, но при условии того, что доход от реализации продукции превышает 70% [5].

Пятый способ – это налог на профессиональную деятельность (сокр. НПД). Он применяется в том случае, если гражданин осуществляет профессиональную деятельность в качестве самозанятого лица. При данном способе налогообложения гражданин обязуется вести учёт доходов в мобильном приложении «Мой налог» и там же осуществлять оплату сбора в размере 4% от поступления дохода от физического лица и 6% от прибыли, поступившей от ИП или организации. Составление отчётности и предоставление её в налоговую в данном случае не требуется. Таким образом гражданин может избежать штрафов за незаконное предпринимательство [6].

В процессе расчёта налога на прибыль организации, налогоплательщик обязан чётко понимать и знать, какие доходы и расходы он может признать в этом периоде, а какие не может. Даты, на которые признаются доходы и расходы для целей налогообложения, определяются двумя различными методами – методом начисления (доходы при методе начисления признаются в том отчетном периоде, в котором они имели место) и кассовым методом (доходы/расходы признаются по дате фактического поступления средств/фактической оплаты расходов).

Для того, чтобы провести расчёт налога на прибыль за налоговый период, для начала необходимо определить налоговую базу (то есть прибыль, подлежащую налогообложению) и умножить её на соответствующую налоговую ставку по следующей форме: размер налога = ставка налога * налоговая база [7].

В соответствии со ст. 315 Налогового кодекса Российской Федерации, расчёт налоговой базы должен включать в себя прибыль от реализации; сумму доходов от реализации, полученных в отчётном периоде; сумму внереализационных расходов; сумму расходов, произведённых в отчётном (налоговом) периоде, уменьшающих сумму доходов от реализации.

Статья 289 Налогового кодекса Российской Федерации гласит о том, что налоговая декларация предоставляется: не позднее 28 дней со дня окончания соответствующего отчётного периода; не позднее 28 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом. Декларация заполняется и подаётся в налоговые органы по форме, утверждённой приказом ФНС России от 23.09.2019 № ММВ-7-3/475@. После заполнения, её необходимо представить в налоговую инспекцию по месту нахождения организации; по месту нахождения каждого обособленного подразделения организации [2].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В связи с тем, что статья, в большей степени, является аналитической и обзорной, нежели экспериментальной, в процессе написания работы экспериментов проведено не было.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Анализ использованных в процессе написания работы источников позволил более полно ознакомиться с темой, преобразовать информацию в знания и создать целостное представление о вопросе бизнес-налогов в Российской Федерации. Были выполнены поставленные в начале задачи, а именно: определена сущность понятия «налоги»; более подробно изучены принципы налогообложения различных форм бизнеса в России. Упоминание статей из Налогового кодекса Российской Федерации было сделано не случайно – они помогают более тщательнее разобраться в процессах и более чётко трактовать те или иные понятия. Также, было выделено 5 основных способов уплаты налогов для организаций и ИП, названы условия для использования данных способов.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Вопрос выбора конкретной системы налогообложения зависит от множества факторов и универсального ответа нет. В каждом конкретном случае предприниматель должен решать эту проблему самостоятельно, учитывая вид деятельности своей организации, обороты и прочее.

Своевременно и правильно вести отчётность – обязанность каждого физического и юридического лица. Соблюдение законодательства государства – один из ключевых факторов развития любого бизнеса и об этом всегда нужно помнить.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Законодательство о налогах и сборах и иные нормативные правовые акты о налогах и сборах. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/e34866eab0f176df59d8c3620368c1465a7fd51c/ (дата обращения: 08.10.2022).

2. Федеральная налоговая служба: офиц. сайт. URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/ (дата обращения: 08.10.2022).

3. Налоги на бизнес в России. URL: https://news.ru/economics/nalog-na-biznes-kakie-nalogi-platit-biznesmen/ (дата обращения: 08.10.2022).

4. Шкребела Е. В. Налогообложение малого бизнеса в России: проблемы и перспективы решения / под ред. С. Синельникова-Мурылева, И. Трунина; Ин-т экономики переходного периода. М.: ИЭПП, 2008. 162 с.

5. Мытарева Л. А., Портнова Г. В. Налогообложение труда как фактор налогового потенциала населения // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6. С. 404.

6. Привалова С. Г. О сущности налогов // Известия Уральского государственного экономического университета. 2006. № 5 (17). С. 107–115. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-suschnosti-nalogov (дата обращения: 08.10.2022).

7. Макарова И. А. Функции налогов // Вестник Томского государственного университета. 2007. № 304. С. 163–166. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/funktsii-nalogov (дата обращения: 08.10.2022).

УДК 338

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ БРЕНДА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ КОМПАНИИ ПАО «МТС»

И. И. Жугалев

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева, г. Самара, Россия

I. I. Zhugalyov

Samara National Research University named after Academician S.P. Korolev, Samara, Russia

Аннотация. В статье представлены результаты исследования теоретико-методических аспектов оценки стоимости бренда компании. Показаны существующие метолы и модели оценки стоимости бренда. Проведен анализ бренда и определение его стоимости на примере ПАО «МТС».

Ключевые слова: бренд, компания МТС, стоимость бренда, рейтинг брендов, методы оценки.

I. ВВЕДЕНИЕ

Бренд – лаконичный комплекс информации о компании, продукте или услуге. Популярная и легкоузнаваемая символика, видя которую у потребителя складывается определённый образ, эмоции и ассоциации о продукте. Известность бренда прямо пропорционально влияет на репутацию компании, а также её финансовые результаты. Помимо прочего бренд относится к нематериальным активам, которые способны приносить дополнительный денежный поток компании.

Мировая конкуренция сегодня настолько высока, что каждой компании необходимо иметь свой уникальный известный бренд, который выделял бы её на фоне других игроков на рынке. Бренды дают компаниям широкие возможности масштабирования бизнеса, наращивания своих экономических показателей и самое главное они формируют привязанность потребителя к своим продуктам или услугам. Таким образом, на сегодняшний день бренд является ключевым инструментом успешного бизнеса и важно понимать, как можно оценить его стоимость.

Одним из критериев оценки компании является стоимость бренда, поскольку в долгосрочной перспективе она может существенно вырасти. Исходя из этого, оценка стоимости бренда особенно актуальна в современном мире.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Ключевая цель данного исследования заключается в проведении оценки стоимости бренда российской телекоммуникационной компании МТС.

Для достижения данной цели необходимо выполнение следующих задач:

- Классифицировать существующие методы оценки стоимости бренда компании;
- Оценить стоимость бренда компании МТС;
- Проанализировать результаты, полученные разными методами оценки стоимости бренда.

III. ТЕОРИЯ

Несмотря на то, что на сегодняшний день проведено множество исследований в области бренда и оценки его стоимости, до сих ученые не сошлись во мнение выбора единого подхода к проведению расчётов стоимости. В большинстве случаев на выбор метода оценки стоимости бренда влияет специфика компании и её социальная значимость, в чьих интересах проводится оценка, учитывается ли стоимость бренда в балансе компании и влияет ли она на стратегические решения.

В зависимости от этих факторов выделяют три основных подхода к оценке стоимости бренда: доходный, затратный и сравнительный. Доходный подход используется в целях покупки или продажи актива. Актив в данном случае является объектом для инвестиций. Данный подход основан на дисконтировании будущих денежных потоков. Затратный подход используется только для целей страхования и оценки специфических активов, таких как интеллектуальная собственность, торговая марка и т.д. Суть данного метода такова, что стоимость бренда компании определяется путём суммирования всех затрат на его разработку. Сравнительный подход используется также в целях купли-продажи, но применяется в тех случаях, когда существует рынок аналогичных активов, который мы оцениваем на данный момент. Данный подход включает в себя метод сравнения с предыдущими сделками, а также метод освобождения от отчислений.

Самыми известными методами оценки стоимости бренда компании являются модели таких авторитетных консалтинговых агентств как Brand Finance и Interbrand [1]. Помимо этого данные агентства ежегодно публикуют мировые рейтинги самих дорогих брендов, в число которых входят российских компании, а также рейтинги национальных брендов стран.

На российском рынке на текущий момент не все крупные компании и уж тем более средний и малый бизнес понимают, как эффективно использовать свой бренд, а также оценить его стоимость, поэтому сфера оценки бренда компании в России начинает только развиваться и набираться опыта.

Телекоммуникационная отрасль России представлена такими крупными компаниями, как «МТС», «Мегафон», «Tele2», «Билайн», «Yota», «Тинькофф мобайл», «СберМобайл», «Yota», «Таттелеком», «Вайнах Телеком» и множеством других мелких компаний.

ПАО «МТС» является первоклассным лидером сотовых услуг в России. Компания занимает топовые строчки многих авторитетных рейтингов, поэтому данная компания очень интересна для оценки стоимости её бренда. Результаты, которые мы получим на выходе данного исследования, можно будет сравнить с оценкой ежегодного рейтинга стоимости брендов мира, который публикуется независимым консалтинговым агентством Brand Finance.

В рейтинге 150 самых известных брендов телекоммуникационных компаний 2021 года агентства Brand Finance компания МТС занимает 65 место в мире, переместившись с 63 места в 2020 году. Динамика стоимости бренда в данном рейтинге представлена в таблице 1.

Таблица 1

Рейтинг и динамика стоимости бренда компании ПАО «МТС», рублей

Год	**2017 г.**	**2018 г.**	**2019 г.**	**2020 г.**	**2021 г.**
Стоимость бренда, руб.	93 110 000	114 532 000	121 503 000	147 962 000	255 508 000
Рейтинг 50 брендов России	9	8	9	8	10
Рейтинг телекоммуникационных компаний мира	65	69	56	63	65

Как мы видим, по данным, представленным в таблице 1, стоимость бренда компании МТС за последнее пять лет выросла на 52%. В рейтинге 50 самых дорогих брендов Российских компаний за рассматриваемый период компания МТС всегда входила в 10 лучших брендов, обгоняя своих конкурентов по отрасли. В рейтинге телекоммуникационных компаний мира компания МТС с 2017 по 2021 год в среднем занимала 64 место.

Количество абонентов мобильной связи компании МТС в России по итогам 2021 года составило 78,5 миллионов пользователей. В бизнес-сегменте ПАО «МТС» занимает 10% рынка согласно последнему отчёту «ТМТ Консалтинг». По состоянию на 31 декабря 2021 года наиболее существенными дочерними предприятиями ПАО «МТС» являются: «РТК», МТС-Банк, Группа МГТС, Межрегиональный Транзит Телеком, МТС Армения, NVision Czech Republic, Спутниковое ТВ, ИТ-Град, МТС Авто, Группа «Зеленая точка» - Ачемар Холдинг Лтд.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Для расчёта стоимости бренда компании МТС воспользуемся моделью Hirose. Данная модель была разработана в 2002 году Комитетом по оценке брендов японского Министерства экономики, торговли и промышленности. В основе модели Hirose лежит доходный подход, основывающийся на публичной отчётности компании минимум за 5 лет и выделением драйверов стоимости бренда [2]. Формула расчёта следующая:

$$VBr = \frac{PD \times LD \times ED}{r_{rf}}, \quad (1)$$

где VBr (Brand Value) – стоимость бренда;
PD (Prestige Driver) – драйвер престижа;
LD (Loyalty Driver) – драйвер лояльности;
ED (Expansion Driver) – драйвер расширения;
Rrf – безрисковая ставка.

Драйвер престижа показывает ценовое преимущество компании над конкурентами. Для расчёта драйвера престижа необходима компания-бенчмарк, в качестве которой может быть выбрана худшая фирма в отрасли. Формула расчёта драйвера престижа следующая:

$$PD = \frac{1}{5}\sum_{i=-4}^{0}\left\{\left(\frac{S_i}{C_i} - \frac{S_i^*}{C_i^*}\right) \times \frac{A_i}{OE_i}\right\} \times C_0, \quad (2)$$

где S – выручка;
C – себестоимость продаж;
S* - выручка компани-бенчмарк;
C* - себестоимость продаж компании-бенчмарк;
A – рекламные и маркетинговые расходы;
OE – операционные расходы.

В качестве компании-бенчмарка мной была выбрана компания ПАО «Таттелеком», предоставляющая услуги связи на территории Республики Татарстан. Абонентская база пользователей компании составляет 1,8 млн. пользователей. Данные для расчёта драйвера престижа представлены в таблице 2.

Таблица 2

Данные для расчёта по модели hirose

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Выручка, млн. руб.	442,911	446,238	470,605	494,926	534,403
Себестоимость продаж, млн. руб.	169,402	162,812	172,929	128,285	205,756
Выручка/Себестоимость	2,61	2,74	2,72	3,86	2,6
Выручка*, тыс. руб.	8 277 531	8 256 971	8 165 631	8 299 558	8 804 168
Себестоимость продаж*, тыс. руб.	6 911 635	6 839 834	6 538 065	3 306 382	3 784 252
Выручка/Себестоимость	1,2	1,21	1,25	2,51	2,33
Рекламные и маркетинговые расходы, млн. руб.	7,882	9,286	10,930	10,652	12,539
Операционные расходы, млн. руб.	176,780	180,333	172,098	174,022	138,937
Рекламные расходы/Операционные расходы	0,04	0,05	0,06	0,06	0,09
(S/C-S*/C*)*A/OE	0,06	0,08	0,09	0,08	0,03

После подстановки полученных данных в формулу (2), получаем драйвер престижа, который равен 11 037 634 рублей.

Драйвер лояльности показывает устойчивость продаж компании в долгосрочной перспективе на основе определения отклонений в себестоимости продаж. Формула расчёта следующая:

$$LD = \frac{\mu_c - \sigma_c}{\mu_c}, \quad (3)$$

где μ_c – математическое ожидание себестоимости продаж;

σ_c – среднеквадратическое отклонение себестоимости продаж.

Подставляем наши значения в формулу (3) и получаем, что драйвер лояльности равен 0,88.

Драйвер расширения показывает географические и продуктовые границы бренда. Для расчёта данного драйвера необходима информация о продажах за рубежом и неосновного вида деятельности компании. Формула расчёта следующая:

$$ED = \frac{1}{2}\left\{\frac{1}{2}\sum_{i=-1}^{0}\left(\frac{SO_i - SO_{i-1}}{SO_{i-1}} + 1\right) + \frac{1}{2}\sum_{i=-1}^{0}\left(\frac{SX_i - SX_{i-1}}{SX_{i-1}} + 1\right)\right\},$$

где SO – продажи за рубеж за период;

SX – продажи от неосновного вида деятельности за период.

Если значение драйвера расширения получается меньше 1, то этот фактор не влияет на стоимость бренда и в дальнейших расчётах его значение принимается равным единице.

Помимо российского рынка компания МТС осуществляет свою деятельность и за границей в таких странах, как Армения, Туркменистан, Беларусь и Чехия. Общее количество пользователей услугами ПАО «МТС» в этих странах составляет 10 миллионов абонентов. Информация о выручке компании МТС, полученной на отечественных и зарубежных рынках, а также от неосновного вида деятельности представлена в таблице 3.

Таблица 3

Данные для расчёта драйвера расширения

Выручка, млн. руб.	**2017 г.**	**2018 г.**	**2019 г.**	**2020 г.**	**2021 г.**
Россия	405,365	440,899	464,916	481,536	520,671
Прочие	12,553	10,567	11,190	13,390	13,732
От неосновного вида деятельности	0	0	0	0	0

Исходя из данных, представленных в таблице 3, мы можем сделать вывод о том, что выручка от неосновного вида деятельности в компании МТС последнее 5 лет отсутствовала. Это свидетельствует о том, что драйвер расширения не влияет на стоимость бренда компании МТС и в дальнейших расчётах мы принимаем его равным единице.

Для заключительного расчёта необходимо найти уровень безрисковой ставки. Для её нахождения нам понадобится доходность по 30-летним государственным облигациям Российской Федерации внешнего облигационного займа с погашением в 2030 году, доходность которых 1,65%. Валюта эмиссии – доллар США, перевёдем в рублёвую ставку.

Темп инфляции в США в 2021 году составил 7% [3]. В России инфляция за этот период составила – 8,39% [4]. Для расчёта стоимости бренда компании МТС посчитаем среднегеометрический темп инфляции за последние 5 лет, в таком случае в США – 2,45%, в России – 4,23%. Формула для расчёта безрисковой ставки следующая:

$$\frac{1 + r(\text{руб})}{1 + \pi^{RUS}} = \frac{1 + r(\$)}{1 + \pi^{US}}, \quad (4)$$

где π^{RUS} – темп инфляции в России;

π^{US} – темп инфляции в США

Подставляем наши значения в формулу (4) и получаем безрисковую ставку доходности в рублях – 3,42%.

Теперь мы можем посчитать стоимость бренда компании МТС по модели Hirose, подставив значения всех наших драйверов в формулу (1).

$$\mathrm{VBr} = \frac{11\,037\,634 \times 0{,}88}{0{,}0342} = 284\,009\,295 \text{ руб.}$$

Таким образом, стоимость бренда компании МТС по модели Hirose составляет 284 009 295 рублей.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Помимо расчёта стоимости бренда компании МТС моделью Hirose, мной были отдельно проведены расчёты также методами Hirose Modified и освобождения от роялти. Полученные результаты оценки стоимости бренда компании МТС всеми вышеописанными методами сведёны в итоговую таблицу 4.

Таблица 4

Итоговая оценка стоимости бренда телекоммуникационной компании мтс

Метод	Стоимость, руб.	% от оценки Brand Finance
Освобождение от роялти	263 265 694	103,04%
Hirose	284 009 295	111,15%
Hirose Modified	200 251 840	78,37%
Среднее значение	249 175 610	97,52%
Brand Finance	255 508 000	100%

По данным, представленным в таблице 4, мы можем сделать вывод о том, что не существует единого метода оценки стоимости бренда компании, который бы максимально точно отражал рыночную стоимость бренда. Результаты, полученные в таблице 4, очень сильно разнятся от тех значений, которые были получены в 2021 году независимой консалтинговой компанией Brand Finance. Из полученных оценок наиболее близкой к достоверным результатам Brand Finance является метод освобождения от роялти. Среднее значение всех используемых методов оценки стоимости бренда компании МТС является также наиболее приближённым к результатам Brand Finance. Это говорит нам о том, что если при оценке стоимости бренда компании использовать какой-то только один метод, а остальными пренебрегать, то полученная оценка будет не в полной мере отражать действительную стоимость бренда.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для большинства российских компаний оценка стоимости их бренда является достаточно новой практикой, которую ещё ни разу не использовали. Помимо этого, компании не понимают, зачем им нужна оценка стоимости бренда и как он влияет на финансовые результаты компании.

Раскрученный бренд даёт компании возможности масштабирования своего бизнеса, привлечения дополнительных денежных средств и повышение капитализации компании на рынке. Исходя из этого, оценка стоимости бренда компании как никогда актуальна в современном мире.

Существует множество разнообразных методов оценки стоимости бренда компании. Выбор того или иного метода зависит от различных факторов, а также предпочтений заинтересованных лиц в оценке своего бренда. В ходе данного исследования была произведена оценка стоимости бренда российской телекоммуникационной компании МТС по трём основным методам – освобождения от роялти, модель Hirose и Hirose Modified. Полученные результаты были сведены в итоговую таблицу и сравнены между собой, а также с результатами ежегодного рейтинга консалтинговой компании Brand Finance.

В ходе оценки стоимости бренда компании методом Hirose были получены следующие значения 284 009 295 рублей. По модели Hirose Modified стоимость бренда компании МТС составляет 200 251 840 рублей. Метод оценки освобождения от роялти даёт нам следующие значения – 263 265 694 рубля. Средняя стоимость бренда компании МТС среди этих трёх результатов составляет 249 175 610 рублей, что является наиболее приблизительным к оценке, которая дала независимая консалтинговая компания Brand Finance [5].

Это ещё раз подтверждает тот факт, что в ходе оценке стоимости бренда компании необходимо использовать несколько методов для того, чтобы получить максимально корректную оценку.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Best Global Brands. URL: https://interbrand.com/best-brands/ (дата обращения: 10.10.2022).

2. МТС - связь и экосистема цифровых сервисов // MTS.RU: сайт. URL: https://moskva.mts.ru/about/investoram-i-akcioneram/korporativnoe-upravlenie/raskritie-informacii/godovaya-otchetnost (дата обращения: 12.10.2022).

3. Инфляция в США по годам: 1970-2022. URL: http://global-finances.ru/inflyacziya-v-ssha-po-godam/ (дата обращения: 15.10.2022).

4. Таблицы месячной и годовой инфляции в России. URL: https://www.statbureau.org/ru/russia/inflation-tables (дата обращения: 15.10.2022).

5. Global Rankings. Brand Rankings by Sector and Country. URL: https://brandirectory.com/rankings/ (дата обращения: 20.10.2022).

УДК 658.5

ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Н. Н. Заболотная

ООО "Балтобувь", Калининград, Россия

Аннотация: В статье рассматриваются факторы, влияющие на экономическую безопасность предприятий в Российской Федерации. Указаны причины возросшего уровня экономической безопасности, в том числе показано влияние санкций, введённых против РФ. Выделены наиболее рискованные отрасли экономики.

Ключевые слова: Российская Федерация, экономическая безопасность, национальная безопасность, санкция, финансовая безопасность, экономическая система.

ВВЕДЕНИЕ

В современных экономических и политических условиях особую важность приобретают вопросы безопасности деятельности предприятий. Изменение во взаимоотношениях между государствами повлекли и трансформацию всей экономической системы. Особенно сильно затронут вопрос логистики, поставки материалов и сбыта. В настоящее время вопросы внешней безопасности предприятия приобрели огромное значение. Начало этим изменениям было положено в 2014 году, когда были введены санкции против Российской Федерации, повлиявшие и на экономическую безопасность предпринимательской деятельности[1].

Под экономической безопасностью можно понимать такое состояние либо уровень развития средств производства в государстве, когда процесс устойчивого развития экономики, а также социально-экономическая стабильность поддерживаются, независимо от воздействия внешних и внутренних факторов. Экономическая безопасность является составным элементом национальной безопасности. Финансовая безопасность выступает частью экономической и государственной безопасности. Финансовая безопасность — это такое состояние финансово-кредитной отрасли, при котором властные структуры могут в определённых границах дать гарантию общеэкономические условия деятельности публичных учреждений власти и рыночных институтов. Под обеспечением национальной безопасности на достойном уровне необходимо понимать постоянный контроль внешних и внутренних угроз.

Механизмом обеспечения безопасности - это особая система, включающая в себя организационные, экономические и правовые меры, направленные на предотвращения внешних и внутренних экономических угроз.

Внешние угрозы безопасности экономики понимают явление, которые негативно воздействует на экономическое состояние страны, и имеют экзогенное происхождение[2].

Источник внешних угроз экономики государства всегда расположен за границами национальной экономики, другими словами, во внешнем мире.

Основными внешними угрозами безопасности экономики являются геополитические и внешнеэкономические условия, а также глобальные экологические события.

Внутренние угрозы экономической безопасности ещё называют эндогенными. Они выступают основополагающими, в связи с тем, что является итогом внутренних проблем и противоречий в государстве.

[1] Гайсумов А.С., Вазаев Ш.А., Алиев Р.Р. Проблемы, возникшие перед российскими компаниями, против которых были введены санкции 2014 года // ЕГИ. 2020. №3 (29). С.124-128.

[2] Сергеев А. А. Экономическая безопасность предприятия: учеб. и практикум для вузов. 3-е изд. М.: Юрайт, 2022. 275 с.

Их причинами являются экономический кризис, сокращение производства, рост инфляции, значительный внешний долг. Они предопределяют экономические потери государства, а также его предприятий на общем мировом рынке.

Внутренние угрозы тесно взаимосвязаны друг с другом. Чтобы их устранить, нужны комплексные меры, в связи с тем, что они воздействуют не только на экономическую безопасность Российской Федерации, но и на национальную безопасность в целом.

Внешние изменения, обусловившие внешние угрозы экономической безопасности оказали непосредственное влияние и на внутренние угрозы. Так, в начале 2022 года наблюдался рост инфляции. Были разрушены логистические связи между Российской Федерацией Евросоюзом, США и так далее. Введённые санкции усложнили работу многих предприятий, ряд из них и вовсе прекратили существование.

Санкции, введённые против Российской Федерации, носят исключительный характер. Против Российской Федерации было сформировано наибольшее в мире количество санкций. Всё это влияет на экономику и деятельность предпринимателей.

Правительство Российской Федерации разработало анитисанкционный план, в который были включены такие элементы, как: налоговые льготы для отдельных отраслей, субсидии и прямая финансовая поддержка, уменьшение уровня государственного контроля и так далее.

Введённые санкции ещё не полностью отразились на экономической безопасности предпринимательства. Введённые санкции стали причинами отказа работы с российскими банками, например ВТБ, Открытие, Промсвязьбанк, Совкомбанк и так далее. Перестали работать платёжные сервисы Apple Pay и Google Pay. Многие из банков были отключены от системы SWIFT, а это значит, что предприниматели не могут осуществлять операции с иностранными компаниями. Из-за логистических проблем многие фирмы закрылись. Закончились иностранные инвестиции, что повлияло на скорость развития отечественной экономики[3].

На текущий момент наиболее рискованными секторами является следующие: лекарственный рынок (почти 50% лекарств, применяемых в Российской Федерации доставляется из-за рубежа); химическая промышленность запятой; авиастроение, кораблестроение, железнодорожные локомотивы; автомобильная промышленность (зависит более, чем на четверть от импортосоставляющих); резиновое и пластмассовое производство; производство бумаги и производство электроприборов.

Также имеются большие сложности при работе с международным рынком вследствие того, что активы были заморожены и сильно ограничены возможности для расчётов в иностранной валюте. Компании России не имеют возможности продавать товары иностранным партнёром и закупать зарубежную продукцию. Граждане и организации, которые находятся в санкционном списке, не могут сотрудничать с иностранными предпринимателями.

Отечественные банки, находящиеся под санкциями, не имеют возможности осуществлять валютные операции, а счета этих банков в зарубежных банках-корреспондентов были заморожены. В связи с этим невозможно производить отправку клиентских платежей из России. Чтобы осуществлять расчёты зарубежными контрагентами в долларах либо евро необходимо найти другой банк, который не находятся под санкциями. Именно поэтому экономическая безопасность предприятий значительно снизилась, ряд из них теряет рентабельность и некоторые вовсе закрываются.

Таким образом можно сделать вывод, что санкции непосредственно воздействует на стабильность экономической системы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гайсумов А. С., Вазаев Ш. А., Алиев Р. Р. Проблемы, возникшие перед российскими компаниями, против которых были введены санкции 2014 года // Естесственно-гуманитарные исследования. 2020. № 29 (3). С. 124–128.

2. Капогузов Е. А., Чупин Р. И. «Санкции 2022»: возможности и ограничения реакционного регулирования со стороны российского государства // JER. 2022. № 1. С. 67–74.

3. Сергеев А. А. Экономическая безопасность предприятия: учеб. и практикум для вузов. 3-е изд. М.: Юрайт, 2022. 275 с.

[3] Капогузов Е. А., Чупин Р. И. «Санкции 2022»: возможности и ограничения реакционного регулирования со стороны российского государства // Journal of economic regulation. 2022. Т. 13, № 1. С. 67–74.

УДК 658.147

РАЗРАБОТКА КРИТЕРИЕВ ОПТИМАЛЬНОГО СООТНОШЕНИЯ СОБСТВЕННОГО И ЗАЕМНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Г. М. Ибрагимова, Р. Р. Мусин
Стерлитамакский филиал Башкирского государственного университета,
г. Стерлитамак, Российская Федерация

G. M. Ibragimova, R. R. Musin
Sterlitamak branch of Bashkir State University,
Sterlitamak, Russian Federation

Аннотация. В работе приведены результаты исследования определения оптимального соотношения собственного и заемного капитала как одной из сложнейших задач финансового менеджмента. Рассмотрено влияние управления структурой капитала на рост стоимости компании. Выделены основные критерии, участвующие в определении структуры капитала, которые позволяют определить оптимальное соотношение собственного и заемного капитала для промышленных предприятий РФ.

Ключевые слова: структура капитала, соотношения собственного и заемного капитала, источники финансирования предприятия, стоимость компании, стоимость компании, риски, рентабельность.

I. ВВЕДЕНИЕ

Управление структурой капитала является сложным процессом, поскольку в процессе управления предприятие лавирует между доходностью и риском. Слишком высокий уровень заемных средств делает предприятие зависимым от внешних источников финансирования, снижает его финансовую устойчивость. Слишком высокий уровень собственных средств гарантирует предприятию высокую финансовую устойчивость, но в тоже время предприятие может испытывать нехватку средств для расширения производства.

Деятельность любого промышленного предприятия сопровождается использованием таких факторов как сырье, материалы, полуфабрикаты, запчасти и прочие ресурсы. Помимо перечисленного, предприятие также нуждается в оборудовании, технике, в производственных помещениях. Данные факторы производства не появляются на предприятии просто так, их нужно финансировать. Для того чтобы понять, что из себя представляют источники финансирования деятельности предприятия, целесообразно обратиться к трудам ученых-экономистов.

В открытых источниках информации содержится достаточное количество научной информации по теме исследования. Несмотря на разработанность темы исследования, современные условия требуют выработки критериев оптимального соотношения собственного и заемного капитала для промышленных предприятий РФ.

Ляличкина А.В. считает, что источники финансирования представляют собой все денежные средства и их эквиваленты, образуемые предприятием для формирования необходимых в производственных целях активов как за счет собственных доходов, накоплений и капитала, так и за счет различных поступлений [4, с. 4].

Бухарева А.Ю. и Туманов Д.В. под источниками финансирования деятельности понимают совокупность источников удовлетворения потребности в капитале на предстоящий период, обеспечивающим развитие организации [1, с. 4].

Кочетов В.В. и Трянина М.А. считают, что источники финансирования предприятия – это совокупность денежных средств, а также доходов и поступлений, находящихся в распоряжении предприятия и предназначенных для выполнения финансовых обязательств, покрытия расходов по инвестиционной, текущей деятельности, оплаты труда персонала [3, с. 21].

Каширина Е.А. делает вывод о том, что источники финансирования деятельности представляют собой ресурсы, которые могут быть направлены предприятием для финансирования инвестиционной и текущей деятельности, которые находятся в постоянном движении, находясь в денежной форме только в виде остатков денежных ресурсов на банковских счетах. [2, с. 36].

По мнению Цугленок О.М. источники финансирования деятельности – это часть денежных средств в форме доходов и внешних поступлений, предназначенных для выполнения финансовых обязательств и осуществления затрат по обеспечению расширенного воспроизводства [6 с. 45].

Основываясь на вышеизложенном, можно сделать вывод о том, что источники финансирования деятельности предприятия представляют собой ресурсы, за счет которых предприятие поддерживает оптимальный уровень внеоборотных и оборотных активов, необходимых для функционирования предприятия.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Задачей исследования является выработка критериев оптимизации источников финансирования деятельности предприятия.

III. ТЕОРИЯ

Что касается классификации источников финансирования, то существует различные подходы к их распределению.

Общепринятый подход подразделяет источники финансирования на внутренние и внешние или собственные и заемные соответственно (таблица 1).

Таблица 1

Классификация источников финансирования предприятия

Внутренние	Внешние
1. Уставный капитал	1. Заемные средства
2. Добавочный капитал	2. Кредиторская задолженность
3. Резервный капитал	3. Доходы будущих периодов
4. Нераспределенная прибыль	4. Оценочные обязательства

Согласно таблице 1.1, внутренние источники финансирования включают в себя следующие элементы: уставный капитал, добавочный капитал, резервный капитал, нераспределенную прибыль.

Собственный капитал – это денежное выражение вклада, который вкладывают учредители при создании юридического лица.

Добавочный капитал представляет собой денежную величину, которая образуется в результате проведенной дооценки внеоборотных активов, а также в процессе получения эмиссионного дохода акционерным обществом.

Резервный капитал – это денежное выражение имущества предприятия, предназначенное для покрытия убытков, погашения облигаций и выкупа акций предприятия.

Нераспределенная прибыль представляет собой финансовый результат предприятия за отчетный период. Формируется за суммирования прибыли и вычета всех обязательных выплат.

Внешние источники финансирования представлены заемными средствами, кредиторской задолженностью, доходами будущих периодов, оценочными обязательствами.

Заемные средства – это средства, которые могут быть использованы предприятием для финансирования текущей деятельности, но данные средства ему не принадлежат. Заемные средства чаще всего представлены банковским или коммерческим кредитом. В свою очередь заемные средства могут быть краткосрочными и долгосрочными.

Кредиторская задолженность представляет собой денежное выражение долгов и обязательств предприятия перед физическими и юридическими лицами. Кредиторская задолженность включает в себя долги и обязательства перед:

– поставщиками;

– покупателями;

– персоналом;

– бюджетом по части уплаты налогов и взносов.

Доходы будущих периодов представляют собой доходы, которые были начислены в отчетном периоде, но будут получены в следующем отчетном периоде, соответственно будут влиять на финансовый результат предприятия в том периоде, в котором будут получены. В качестве примера можно указать безвозмездное получение средств или имущества, авансовые платежи более чем за месяц, платежи по лизингу и другое.

Оценочные обязательства представляют собой обязательства, величина и срок которых является неопределенным. По данным обязательствам создается специальный фонд. В случае, если средства данного фонда не были израсходованы, то средства данного фонда признаются доходом предприятия.

Помимо внутренних и внешних источников финансирования выделяют еще и привлеченные источники. В качестве данной категории выступают средства, которые не принадлежат предприятию, тем не менее они могут использоваться для временного инвестирования. В качестве примера можно указать привлечение дополнительных средств путем выпуска и реализации акций, средства, полученные в качестве программы государственной помощи, а также торговые марки, патенты и др.

Что касается оптимального уровня соотношения собственных и заемных средств, то в рамках российской экономики принято считать, что оптимальным уровнем считается 60% собственного и 40% заемного капитала в структуре источников финансирования. Тем не менее, на практике распространены случаи, когда доля собственного капитала значительно превышает заемный капитал, и наоборот. В каждой из этих ситуаций есть свои плюсы и минусы.

Что касается ситуации, когда доля собственного капитала значительно превышает долю заемного капитала: положительным моментом является то, что такое предприятие является независимым от внешних источников финансирования, что в долгосрочном периоде гарантирует стабильную платежеспособность, низкую вероятность банкротства. У такого предприятия есть возможность получать больше прибыли за счет того, что у данного субъекта отсутствуют обязательства по уплате ссудного процента. Отрицательным моментом является то, что в ситуации, когда экономическая ситуация в стране характеризуется стабильным ростом, у предприятия может не оказаться необходимых средств для расширения производства, то есть предприятие теряет потенциальную прибыль.

В ситуации, когда заемный капитал значительно превышает собственный, положительным моментом является то, что предприятие может получить больше прибыли за счет уменьшения налогооблагаемой базы, поскольку такие затраты признаются расходами, также предприятие может генерировать рост рентабельности собственного капитала. Тем не менее, высокая доля заемного капитала создает высокие финансовые риски, вплоть до полной потери платежеспособности. Предприятие становится полностью зависимым от внешних источников финансирования, что заметно осложняет привлечение новых средств.

Рассмотренные ситуации указывают на то, что преобладание одного из источников финансирования имеет свои плюсы и минусы. Выявленное оптимальное соотношение собственного и заемного капитала позволяет предприятию использовать положительные и нивелировать отрицательные моменты каждого источника финансирования.

Таким образом, можно отметить следующее:

Источники финансирования деятельности предприятия представляют собой ресурсы, за счет которых предприятие поддерживает оптимальный уровень внеоборотных и оборотных активов, необходимых для функционирования предприятия.

Общепринятая классификация подразделяет источники финансирования деятельности предприятия на внешние и внутренние. Ряд авторов добавляет также и привлеченные средства финансирования.

В рамках российской экономики принято считать, что оптимальным уровнем считается 60% собственного и 40% заемного капитала в структуре источников финансирования.

Преобладание одного из источников финансирования имеет свои плюсы и минусы. Оптимальное соотношение собственного и заемного капитала позволяет предприятию использовать положительные и нивелировать отрицательные моменты каждого источника финансирования.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Несмотря на общепринятое, в рамках российской экономики, соотношение 60% в пользу собственного капитала и 40% заемного капитала, стоит понимать, что данное соотношение является условным и может корректироваться в зависимости от специфики деятельности предприятия, от текущей экономической ситуации в стране и др. По этим причинам определение оптимального соотношения собственного и заемного капитала является одной из сложнейших задач финансового менеджмента, поскольку изменение структуры капитала напрямую влияет на финансовые результаты предприятия, а также определяет аспекты его деятельности. Управление структурой капитала предполагает установление такого соотношение собственного и заемного капитала, которое позволит минимизировать капитальные затраты, а также максимизировать рыночную стоимость компании.

Таким образом, оптимизировать структуру капитала предприятия означает рассчитать такое соотношение собственного и заемного капитала, которое позволит максимизировать рыночную стоимость предприятия, обеспечит оптимальный уровень финансовой устойчивости и рентабельности собственного капитала. [5, с. 152].

При определении оптимального соотношения источников финансирования следует понимать, что не существует универсального подхода и критериев поиска. У каждого предприятия будет свое опти-

мальное соотношение, которое будет зависеть от специфики деятельности, от текущей стадии развитии предприятия и т.д.

Выделим основные критерии, которые участвуют в определении оптимальной структуры капитала.

1. Политика финансирования активов. Данный критерий обозначает то, что структура капитала формируется на основе изучения соотношения между статьями актива и пассива баланса предприятия, что позволяет определить требуемый уровень тех или иных источников финансирования.

2. Стоимость компании. Данный критерий основывается на теории взаимосвязи стоимости компании и структуры капитала. Согласно данному критерию, оптимальной признается такая структура, которая, в свою очередь, максимизирует рыночную стоимость компании.

3. Стоимость капитала. Как известно, собственный и заемный капитал имеют свою стоимость обслуживания. Согласно данному критерию, оптимальной считается такая структура капитала, которая приводит к снижению данной стоимости.

4. Риски. Данный критерий обозначает то, что любое предприятие неминуемо сталкивается с различными рисками в процессе своей деятельности. Например, риск банкротства, риск невозврата заемных средств или риск обслуживания долга. Данный критерий предопределяет невозможность установление абсолютно оптимального соотношения собственных и заемных средств, то есть, оптимальное соотношение представляет собой промежуток значений, в рамках которых изменяются показатели удельного веса собственного и заемного капитала.

5. Рентабельность. Данный критерий связан с эффектом финансового рычага. Посредством данного эффекта организация может использовать заемные средства для повышения рентабельности собственного капитала. Согласно данному критерию, оптимальная структура капитала увеличивает рентабельность компании при неизменном уровне собственных средств.

Перечисленные критерии составляют основу при определении оптимального соотношения собственного и заемного капитала предприятия. Каждый из них является важным и необходимым при формировании структуры капитала. Тем не менее, стоит указать на то, что самым важным из них является критерий рентабельности, поскольку самая главная особенность капитала – генерировать прибыль. Соответственно, один из показателей эффективности деятельности компании, а именно коэффициент рентабельности собственного капитала, является наиболее важным финансовым показателем.

Таким образом, можно сделать следующий вывод. Если связать процесс оптимизации структуры капитала с важным финансовым показателем, то можно сказать о том, что процесс оптимизации структуры капитала – это мероприятия, направленные на установление такого соотношения собственного и заемного капитала, которое позволит максимизировать доходность собственных средств, увеличит рентабельность собственных средств, то есть позволит максимизировать чистую прибыль с авансированного в деятельность собственного капитала.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Оптимальное соотношение структуры капитала является условным и может корректироваться в зависимости от специфики деятельности предприятия, от текущей экономической ситуации в стране. По этим причинам определение оптимального соотношения собственного и заемного капитала является одной из сложнейших задач финансового менеджмента, поскольку изменение структуры капитала напрямую влияет на финансовые результаты предприятия, а также определяет аспекты его деятельности.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основе вышеизложенного можно сформировать ряд выводов.

Под процессом оптимизации структуры капитала понимаются определенные мероприятия, направленные на установление такого соотношения собственного и заемного капитала, которое позволит максимизировать доходность собственных средств, увеличит рентабельность собственных средств, то есть позволит максимизировать чистую прибыль с авансированного в деятельность собственного капитала.

Основная задача финансового управления в процессе оптимизации структуры капитала представляет собой поиск оптимального соотношения собственного и заемного капитала и, одновременно с этим, создание условий для обеспечения финансовой устойчивости предприятия.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Работа выполнена на основе собственных финансовых средств.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бухарева А. Ю., Туманов Д. В. Теоретические аспекты формирования и использования финансовых ресурсов предприятия // Экономика и социум. 2018. № 12 (55). С. 250–257. URL: https://readera.org/read/140241055 (дата обращения: 02.09.2022).

2. Каширина Е. А. Анализ финансового состояния и результатов деятельности предприятия: теоретические аспекты // Системное управление. 2017. № 1. С. 35–42.

3. Кочетов В. В., Трянина М. А. Экономика предприятия (Основы национальной экономики) = The basics modern economics (The basics of national economy): учеб.: в 3 ч. Ч. 3. Коммерческая деятельность предприятия. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2020. 145 с.

4. Ляличкина А. В. Финансовые ресурсы предприятия: сущность и источники формирования // Вектор экономики. 2021. № 4. С. 70. URL: http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2021/4/economicsmanagement/Lyalichkina.pdf (дата обращения: 02.09.2022).

5. Хлебенкова Ю. В., Рахимов Т. Р. Оптимизация финансовой структуры капитала // Проблемы управления рыночной экономикой: межрегион. сб. науч. тр. Томск: Изд-во ТПУ, 2015. Т. 1. С. 152–156.

6. Цугленок О. М. Совершенствование механизма формирования и использования финансовых ресурсов предприятия в современных условиях // Russian economic bulletin. 2019. Т. 2, № 4. С. 44–48. URL: https://dgpu-journals.ru/archives/9590 (дата обращения: 08.09.2022).

УДК 330.47

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ

Д. Е. Ивахник

МИРЭА – Российский технологический университет, Москва, Россия

D. E. Ivakhnik

MIREA – Russian Technological University, Moscow, Russia

Аннотация. В статье предложена авторская трактовка понятия конкурентоспособности программного продукта (ПП). Автором предложено в объеме понятия конкурентоспособность ПП, наряду с ранее известными функциональными областями, выделять две новые области: социально-психологические показатели качества ПП и вклад ПП в цифровую конкурентоспособность экономического субъекта. Такой подход позволяет учитывать важные критерии, влияющие на окончательный выбор ПП, а также расширить методическую и информационную базу оценки конкурентоспособности ПП. Проведение анализа конкурентоспособности ПП на базе сформулированных принципов, авторского понятия и показателей позволяет преобразовывать разноразмерные единичные показатели в безразмерную величину, формулировать обоснованные выводы об объективном уровне конкурентоспособности ПП и принимать соответствующие управленческие решения.

Ключевые слова: качество программных продуктов; конкурентоспособность программных продуктов; показатели, принципы, алгоритм оценки конкурентоспособности программных продуктов.

I. ВВЕДЕНИЕ

Современные условия хозяйствования российских предприятий характеризуются бурной цифровизацией, трансформацией традиционных бизнес-моделей, повсеместным внедрением программных продуктов в практику деятельности хозяйствующих субъектов. Эффективность использования программных продуктов влияет на уровень конкурентоспособности предприятий, способность экономических субъектов эффективно функционировать и развиваться в условиях жесткой, а иногда жесточайшей конкуренции.

Со стороны компаний-разработчиков необходимость оценки конкурентоспособности ПП продиктована следующими причинами: обоснование и выбор параметров проектируемых ПП, выгодно отличающихся от па-

раметров аналогичных ПП, ранее выведенных на рынок; предотвращение провальных проектов разработки ПП и вывода на рынок заранее неконкурентоспособных ПП, перенасыщения рынка невостребованными ПП; повышение уровня финансово-экономических показателей деятельности компании-разработчика; распределение ограниченных ресурсов (трудовых, интеллектуальных, финансовых и др.) между проектами разработки ПП; маркетинговые исследования рынка ПП для определения рейтинговой позиции ПП и выработки точек роста рейтинга ПП. Со стороны потребителей ПП (физических, юридических лиц и индивидуальных предпринимателей) важность оценки конкурентоспособности ПП обусловлена следующими причинами: обоснованием затрат (капитальных и текущих) на приобретение ПП; повышение экономического эффекта от внедрения ПП; рост конкурентоспособности субъектов экономической деятельности; маркетинговые исследования рынка ПП с целью выбора конкретного ПП, обеспечивающего достижение целей (стратегических, тактических, оперативных) потребителей ПП.; предотвращения экономических убытков в результате ошибочного приобретения ПП, неполучение ожидаемых эффектов от покупки и внедрения ПП.

Нетрудно предположить, насколько существенны прямые убытки производителей, потребителей ПП и общества в целом от провальных решений на этапах создания, закупки и внедрения ПП, учитывая, что трудозатраты на разработку ПП могут достигать сотен человеко-лет, а рыночная цена – десятков и сотен тысяч долларов США. Также необходимо учитывать огромные затраты времени на обучение, внедрение и сопровождение ПП.

II. ТЕОРИЯ

Теоретические и прикладные вопросы оценки конкурентоспособности ПП рассматривались в работах ученых [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 и др.]. Несмотря на высокую степень развития концепций оценки конкурентоспособности ПП, многие теоретические и практические положения остаются открытыми для изучения, например, вопрос раскрытия объема понятия конкурентоспособности ПП, а также уточнения принципов оценки данного феномена. При оценке конкурентоспособности ПП остаются без рассмотрения социально-психологические показатели качества ПП, а также возможный вклад ПП в цифровую конкурентоспособность экономического субъекта. Дальнейшее развитие методик оценки конкурентоспособности ПП должно, по мнению автора, базироваться на расширении перечня значимых показателей, влияющих на окончательный выбор перспективных ПП как со стороны потребителей, так и со стороны компаний-разработчиков.

III. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель данной работы – уточнить определение понятия конкурентоспособности ПП, разработать новые критерии оценки конкурентоспособности ПП, сформулировать принципы оценки изучаемого феномена. В качестве объекта исследования выступают экономические субъекты – юридические и физические лица, индивидуальные предприниматели. Предмет исследования – процесс оценки конкурентоспособности ПП.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

По мнению автора, оценка конкурентоспособности ПП должна базироваться на принципах достоверности, максимальной быстроты, доступности, постоянной периодичности, системности, итеративности, добровольности, специфичности, целенаправленности, адекватности, экономической целесообразности, согласованности и координации.

Анализ литературных источников [3, 4, 5, 6, 7, 11 и др.] указывает на обилие определений понятия конкурентоспособности продукции (работ, услуг). Однако применительно к ПП данная экономическая категория практически не раскрывалась, что противоречит предложенному принципу специфичности и не позволяет в должной мере исследовать объем понятия конкурентоспособности ПП. Необходимо уточнить определение конкурентоспособности с учетом сложноорганизованного характера ПП и отличительных характеристик ПП как особого вида продукции на рынке. Дадим следующее определение. Конкурентоспособность ПП - это комплексная характеристика ПП за определенный период времени в условиях конкретного рынка, отражающая превосходство/отставание перед ПП конкурентов по ряду определяющих показателей: технические показатели качества ПП, социальные показатели качества ПП, психологические показатели качества ПП, экономические показатели ПП, вклад ПП в цифровую конкурентоспособность экономического субъекта (цифровые компетенции, уровень цифровизации, цифровая представленность, финансовые показатели цифровизации). На рис. 1 представлена графическая интерпретация предложенного автором определения.

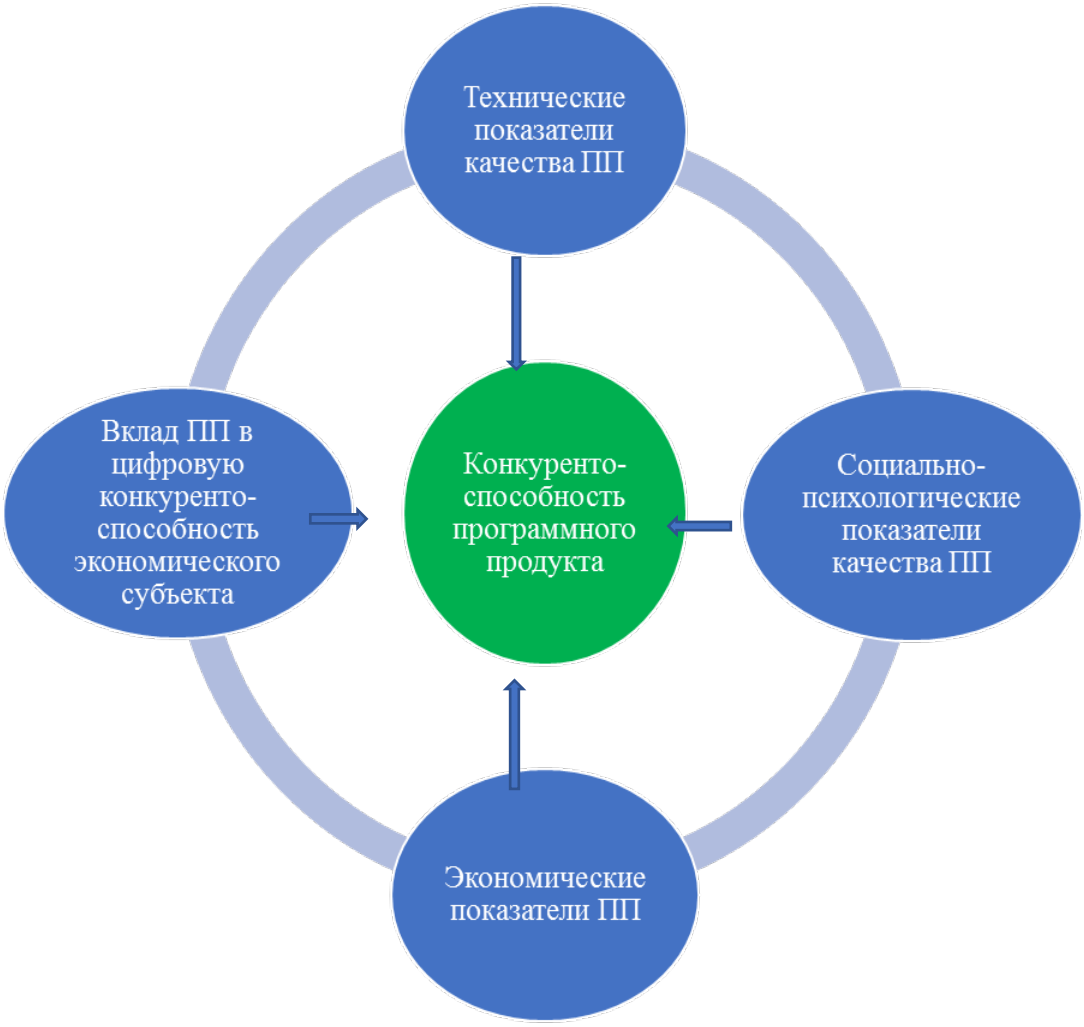


Рис. 1. Объем понятия «Конкурентоспособность программного продукта».
Источник: составлено автором

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Таким образом, в статье предложена авторская трактовка понятия конкурентоспособности ПП. Автором предложено в объеме понятия конкурентоспособность ПП, наряду с ранее известными функциональными областями, выделять 2 новые области: социально-психологические показатели качества ПП и вклад ПП в цифровую конкурентоспособность экономического субъекта. Такой подход позволяет учитывать важные критерии, влияющие на окончательный выбор ПП, а также расширить методическую и информационную базу оценки конкурентоспособности ПП.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Учитывая закрытый характер большинства данных, отражающих конкурентоспособность ПП, количественная оценка данного феномена должна проводится на базе принципа добровольности, позволяющая всем заинтересованным участникам оценки получить объективные и достоверные данные о фактическом уровне конкурентоспособности ПП за определенный период времени в условиях конкретного рынка. Также в числе принципов оценки изучаемого феномена предложены следующие принципы: достоверности, максимальной быстроты, доступности, постоянной периодичности, системности, итеративности, специфичности, целенаправленности, адекватности, экономической целесообразности, согласованности и координации. Проведение анализа конкурентоспособности ПП на базе сформулированных принципов, авторского понятия, показателей в 4 функциональных областях позволяет преобразовывать разноразмерные единичные показатели в безразмерную величину, формулировать обоснованные выводы об объективном уровне конкурентоспособности ПП и принимать соответствующие управленческие решения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Надеждин Е. Н. Нечёткий когнитивный подход к оценке конкурентоспособности программного продукта // Приоритетные научные направления: от теории к практике. 2016. № 22. С. 227–231.

2. Хубаев Г. Н. Как повысить конкурентоспособность многофункциональных товаров на внутреннем и внешнем рынках (на примере программных продуктов) // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Сер. Социально-экономические науки. 2021. Т. 14, № 3. С. 238–253. DOI 10.17213/2075-2067-2021-3-238-253.

3. Розанова Л. Ф., Фахретдинов Т. М. Методы оценки конкурентоспособности программного продукта // Актуальные вопросы экономической теории: развитие и применение в практике российских преобразований: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. (Уфа, 27–28 мая 2016 г.) / Уфимск. гос. авиац. техн. ун-т. Уфа: РИК УГАТУ, 2016. С. 213–217.

4. Ехлаков Ю. П., Янченко Е. А. Методика оценки конкурентоспособности прикладных программных продуктов // Бизнес-информатика. 2011. № 3 (17). С. 10–15.

5. Надеждин Е. Н., Шаранов Д. А., Шабалин О. В., Игнатенко И. А. К проблеме обеспечения конкурентоспособности программных продуктов отечественного производства // Известия Института инженерной физики. 2019. № 2 (52). С. 43–47.

6. Гордиенко Е. П., Паненко Н. С. Анализ факторов конкурентоспособности программного продукта // Актуальные проблемы и перспективы развития транспорта, промышленности и экономики России (ТрансПромЭк - 2019): тр. Междунар. науч.-практ. конф. (Воронеж, 24 окт. 2019 г.) / Ростов. гос. ун-т путей сообщения, филиал. Воронеж: филиал РГУПС в г. Воронеже, 2019. С. 7–13.

7. Аратсков Г. В. Конкурентоспособность системы «1С: Предприятие» в корпоративном секторе рынка программного обеспечения // Конкурентоспособность территорий: материалы XXIII Всерос. экономического форума молодых ученых и студентов: в 4 ч. (Екатеринбург, 27–30 апр. 2020 г. Екатеринбург: Уральский гос. экономич. ун-т, 2020. Ч. 3. С. 45–47.

8. Юрьев В. Н. Оценка качества и конкурентоспособности программных продуктов // Прикладная информатика. 2013. № 5 (47). С. 104–111.

9. Дик В. В. Конкурентные преимущества программного продукта и их связь с конкурентоспособностью его потребителя и производителя // Современная конкуренция. 2012. № 6 (36). С. 103–117.

10. Лукьяненко А. Ю. Оптимизация процесса выбора программного обеспечения в организации // Цифровая трансформация. 2019. № 4. С. 12–22.

11. Ивахник Д. Е. Оценка экологической конкурентоспособности топливных энергогенерирующих компаний России // Научный журнал НИУ ИТМО. Сер. Экономика и экологический менеджмент. 2022. № 1. С. 84–99. DOI 10.17586/2310-1172-2022-15-1-84-99.

УДК 658.51

ОЦЕНКА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Д. Е. Ивахник

МИРЭА – Российский технологический университет, Москва, Россия

D. E. Ivakhnik

MIREA – Russian Technological University, Moscow, Russia

Аннотация. В статье предложена авторская модель оценки технологической конкурентоспособности промышленного предприятия. По сравнению с ранее известными подходами, в структуре интегрального индекса технологической конкурентоспособности, автором добавлены следующие составляющие: индекс макроэкономических технологических возможностей, индекс цифровизации технологий, индекс развития системы стратегического управления, индекс развития системы процессного управления, индекс инновационно-технологических компетенций, индекс технологичности инфраструктуры, индекс экономической интеграции и кооперации, индекс противостояния санкционному режиму, индекс отраслевых показателей технологичности. Проведение анализа технологической конкурентоспособности предприятия на базе предложенной модели позволяет преобразовывать разноразмерные единичные по-

казатели в безразмерную величину, формулировать обоснованные выводы об объективном уровне технологической конкурентоспособности ПП и принимать соответствующие управленческие решения.

Ключевые слова: технологическая конкурентоспособность, промышленные предприятия, единичные и интегральный индексы технологической конкурентоспособности.

I. ВВЕДЕНИЕ

Современные условия хозяйствования российских предприятий диктуют необходимость обновления технологической составляющей производства, использования передовых научных разработок, модернизацию промышленности и перехода к инновационной модели развития. Российская промышленность характеризуется технологическим отставанием от мировых лидеров, низким уровнем развития научно-технической базы, слабой эффективностью государственных программ развития промышленности, что снижает конкурентоспособность предприятий на национальном и международном рынках товаров, работ и услуг. К указанным проблемам добавляются несовершенство законодательной базы, санкционное давление, низкая квалификация кадров, недостаточный масштаб интеграции и кооперации, слабый уровень развития систем стратегического управления и моделей инновационного развития, что в итоге снижает технологический потенциал предприятий и отражается на темпах развития российской промышленности. В сложившихся условиях актуальной задачей является оценка технологической конкурентоспособности промышленных предприятий и разработка системных мероприятий по ее повышению.

Со стороны самих промышленных предприятий необходимость оценки технологической конкурентоспособности продиктована следующими причинами:

1. Выявление фактического рейтинга предприятия по уровню технологической конкурентоспособности.
2. Установление проблемных показателей технологической конкурентоспособности.
3. Определение конкретных зон возможного влияния на уровень технологической конкурентоспособности.
4. Разработка перечня стратегический и оперативно-тактических мероприятий по повышению уровню технологической конкурентоспособности.

II. ТЕОРИЯ

Теоретические, методические и прикладные вопросы оценки технологической конкурентоспособности рассматривались в работах [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 и др.]. Несмотря на высокую степень развития концепций технологической конкурентоспособности, многие теоретические и практические положения остаются открытыми для изучения, например, вопрос количественной оценки изучаемого феномена и выбора конкретных единичных показателей для оценки. Особенно серьезным является значительный разрыв между теоретическими положениями концепций технологической конкурентоспособности и практикой функционирования российских предприятий. Работы российских исследователей носят, как правило, сугубо теоретический характер, в них отсутствует учет цифровизации технологий, развития систем стратегического и процессного управления, технологичности инфраструктуры, экономической интеграции и кооперации, инновационно-технологических компетенций, противостояния санкционному режиму, отраслевых показателей технологичности на этапе финальной оценки технологической конкурентоспособности. Дальнейшее развитие методик оценки технологической конкурентоспособности должно, по мнению автора, базироваться на расширении перечня значимых показателей, влияющих на траекторию технологического развития предприятия.

III. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель данной работы – уточнить теоретические и методические аспекты оценки технологической конкурентоспособности промышленного предприятия, разработать систему индексов для оценки изучаемого феномена. В качестве объекта исследования выступают промышленные предприятия. Предмет исследования – процесс оценки технологической конкурентоспособности промышленных предприятий.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Автором предлагается модель семейства индексов технологической конкурентоспособности промышленного предприятия, представленная на рис. 1. По сравнению с ранее известными подходами, в структуре интегрального индекса технологической конкурентоспособности, автором добавлены следующие составляющие: индекс макроэкономических технологических возможностей, индекс цифровизации технологий, индекс развития системы стратегического управления, индекс развития системы процессного управления, индекс инноваци-

онно-технологических компетенций, индекс технологичности инфраструктуры, индекс экономической интеграции и кооперации, индекс противостояния санкционному режиму, индекс отраслевых показателей технологичности.

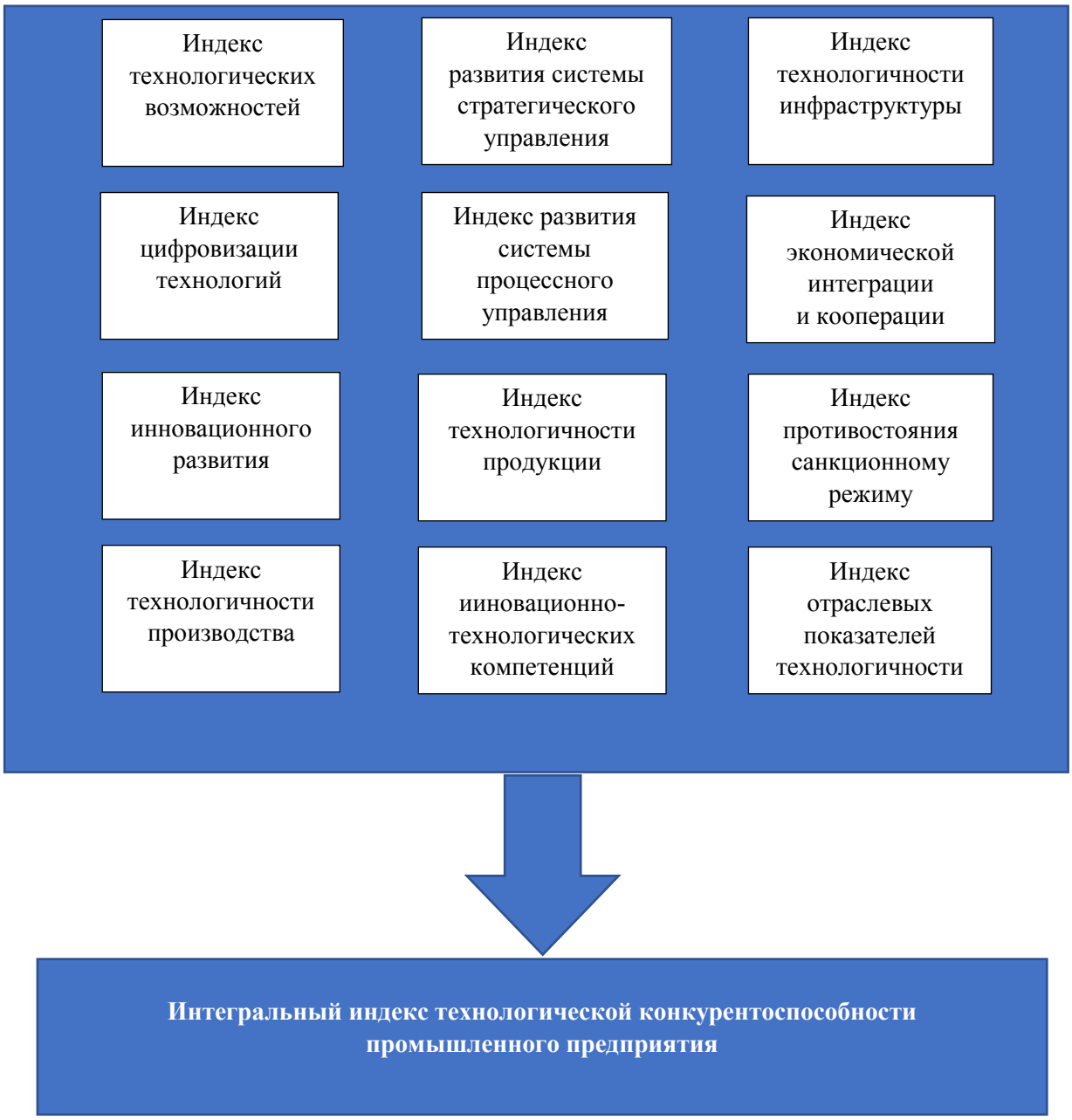


Рис. 1. Структура семейства индексов технологической конкурентоспособности промышленного предприятия.

Источник: составлено автором

Предложенный подход позволяет учитывать новые составляющие технологической конкурентоспособности предприятия, более точно выявлять причины возникновения дисбалансов развития, комплексно подойти к оценке изучаемого феномена, расширить информационную и методическую базу оценки, а также принимать стратегические решения, обеспечивающие эффективное технологическое развитие и существенное улучшение конкурентных позиций. При этом важно учитывать различные факторные составляющие конкурентоспособности предприятия, например, экологическую конкурентоспособность [12] и конкурентоспособность знаний [13], которые взаимодействуя в совокупности образуют интегральную конкурентоспособность предприятия как эмерджентное свойство социально-экономической системы.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Таким образом, в статье предложена авторская модель оценки технологической конкурентоспособности промышленного предприятия. Автором при оценке изучаемого феномена предложено учитывать 9 новых составляющих: индекс макроэкономических технологических возможностей, индекс цифровизации технологий, индекс развития системы стратегического управления, индекс развития системы процессного управления, индекс инновационно-технологических компетенций, индекс технологичности инфраструктуры, индекс экономической интеграции и кооперации, индекс противостояния санкционному режиму, индекс отраслевых показателей технологичности. Такой подход позволяет учитывать важные критерии, влияющие на окончательный выбор траектории технологического развития, а также расширить методическую и информационную базу оценки.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Учитывая закрытый характер большинства данных, отражающих технологическую конкурентоспособность предприятия, количественная оценка данного феномена должна проводится на базе принципа добровольности, позволяющая всем заинтересованным участникам оценки получить объективные и достоверные данные о фактическом уровне технологической конкурентоспособности за определенный период времени в условиях конкретного рынка. Проведение анализа технологической конкурентоспособности предприятия на базе предложенной модели позволяет преобразовывать разноразмерные единичные показатели в безразмерную величину, формулировать обоснованные выводы об объективном уровне технологической конкурентоспособности ПП и принимать соответствующие управленческие решения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Коршунова Е. Д., Николаев П. В. Повышение технологической конкурентоспособности промышленного предприятия на основе использования технологий инвестирования инновационным оборудованием // Вестник МГТУ «Станкин». 2011. № 3 (15). С. 178–181.
2. Дорожкина О. К., Дорожкин И. Н., Шинкевич И. А. Оценка уровня технологической конкурентоспособности для целей управления стратегическим развитием промышленного предприятия // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2014. № 11 (71). С. 51.
3. Спиркин А. В., Яковлев Г. И. Повышение конкурентоспособности предприятий на основе развития международной технологической кооперации: моногр. / под общ. Ред. Г. И. Яковлева. Самара: Самар. гос. экономич. ун-т, 2015. 176 с.
4. Дорошенко Ю. А., Климашевская А. А. Технологическая модернизация предприятия как фактор повышения его конкурентоспособности // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В. Г. Шухова. 2016. № 4. С. 186–190.
5. Бояркина Т. А. Технологическое развитие промышленного предприятия как основа его конкурентоспособности // Modern Science. 2020. № 11-3. С. 30–34.
6. Еленева Ю. Я., Андреев В. Н. Развитие технологического капитала как способ обеспечения конкурентоспособности предприятия // Интернет-журнал Науковедение. 2017. Т. 9. № 4. С. 23.
7. Быковская Е. В. Стратегическая технологическая конкурентоспособность как основа формирования стратегических параметров инновационно - технологического развития промышленного предприятия // Экономика, социология и право. 2016. № 7. С. 18–23.
8. Гумерова Г. И. Международная и технологическая конкурентоспособность нефтехимического комплекса России // Вестник Казанского технологического университета. 2005. № 2. С. 191–200.
9. Никонова А. А. Факторы технологической конкурентоспособности производства // Обозрение прикладной и промышленной математики. 2008. Т. 15, № 2. С. 338–339.
10. Никитина Ю. Ф. Инструменты технологической конкурентоспособности национальной экономики: кластерный подход // Проектирование будущего. Проблемы цифровой реальности. 2022. № 1 (5). С. 171–179. DOI 10.20948/future-2022-15.
11. Милько И. В. Пути повышения технологической конкурентоспособности предприятия в условиях глобализации // Экономика и предпринимательство. 2014. № 5-2 (46). С. 472–476.
12. Ивахник Д. Е. Оценка экологической конкурентоспособности топливных энергогенерирующих компаний России // Научный журнал НИУ ИТМО. Сер. Экономика и экологический менеджмент. 2022. № 1. С. 84–99. DOI 10.17586/2310-1172-2022-15-1-84-99.
13. Ивахник Д. Е. Оценка конкурентоспособности применяемых предприятием знаний // Менеджмент в России и за рубежом. 2022. № 3. С. 61–70.

УДК 004.94:61

ВОЗМОЖНОСТИ НОТАЦИИ IDEF0 ДЛЯ МОДЕЛИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Д. Е. Ивахник
МИРЭА – Российский технологический университет, Москва, Россия

D. E. Ivakhnik
MIREA – Russian Technological University, Moscow, Russia

Аннотация. В статье представлены результаты проведенного исследования по особенностям моделирования бизнес-процессов в здравоохранении, на примере Федерального государственного автономного учреждения «Ресурсный центр универсального дизайна и реабилитационных технологий». Проведенное исследование показало широкие возможности нотации IDEF0 для моделирования сложноорганизованных бизнес-процессов в здравоохранении. Показана возможность наглядной декомпозиции анализируемого бизнес-процесса с помощью данной нотации, а также формирования практических рекомендаций по результатам моделирования. Сформулированы новые аналитические выводы об объективных недостатках нотации IDEF0, акцентирована важность дальнейших исследований в предметной области исследования с целью развития как самой нотации, так и сферы ее прикладного применения в различных отраслях экономики.

Ключевые слова: нотация IDEF0, моделирование бизнес-процессов, Федеральное государственное автономное учреждение «Ресурсный центр универсального дизайна и реабилитационных технологий»

I. ВВЕДЕНИЕ

На текущий момент в медицине отсутствует полноценное использование технологий машинного обучения в формате помощника врачу. Необходимо учитывать временные затраты врача-патолога на однообразную и рутинную работу, которые можно просто уменьшить, внедрив машинное обучение. Во время проведения гистологического исследования часть времени уходит на подготовку самого гистологического материала. Нарезка ткани, нанесение на стёкла, окраска, оцифровка. Рутинные задачи, на которые не обязательно тратить врачебное время и с которыми отлично справляются лаборанты. Но где без врача не обойтись, так это в самом анализе среза. Учитывая, что одно исследование может насчитывать десятки срезов в WSI формате. Так и анализ одного среза занимает у врача около 10 минут. За это время врач может устать и начать совершать ошибки, ибо поиск зон интереса на сравнительно большом слайде (средний размер wsi файл 1гб и более). Занятие довольно монотонное и при длительном исполнении появляются ошибки из-за потери внимания. Конечно, полностью передать эту функцию нейронным сетям невозможно из-за крайней важности данной работы. Так как одна ошибка может стоить жизни пациента. Попытки упростить работу врачу-патологу ведутся уже длительное время. Было разработано большое количество систем. Был разработан сам формат WSI, позволяющий смотреть срезы в любом месте с доступом в интернет и пк, а не только у микроскопа в лаборатории. Были созданы системы совместного просмотра для медицинских организаций. Но полноценного упрощения работы врача на текущий момент произведено в России не было. В Европейских странах на текущий момент уже существуют закрытые разработки, выполняющие эту функцию, но учитывая формат этих разработок, их использование в РФ невозможно. Важным этапом проектирования информационной системы для помощи врачу в осмотре зон интереса, является моделирование бизнес-процессов.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель данной работы – показать возможности нотации IDEF0 для моделирования бизнес-процессов в сфере здравоохранения, для дальнейшего использования полученных результатов при проектировании информационной системы помощи врачу в поиске и анализе целевых зон на гистологическом препарате. В каче-

стве объекта исследования выступает автономное учреждение «Ресурсный центр универсального дизайна и реабилитационных технологий» (ФГАУ «РЦУД и РТ»). Предмет исследования – процесс проведения гистологического исследования.

III. ТЕОРИЯ

Для реализации современных организационно-цифровых проектов ФГАУ «РЦУД и РТ» должен максимально использовать информационные технологии. При этом крайне важно реализовать моделирование бизнес-процессов учреждения с помощью различных нотаций, известных в настоящее время. В данном исследовании технология выполнения бизнес-процессов представлена с использованием функциональных моделей методологии SADT (Structured Analysis and Design Technique) группы технологий IDEF0, средствами программного обеспечения Ramus Educational. При этом само моделирование бизнес-процессов реализовано с учетом положений, изложенных в [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

На рис. 1 представлена контекстная диаграмма бизнес-процесса процесса проведения гистологического исследования «ТО ВЕ» в нотации IDEF0. На рис. 2 представлена декомпозиция верхнего уровня бизнес-процесса проведения гистологического исследования «ТО ВЕ» в нотации IDEF0.

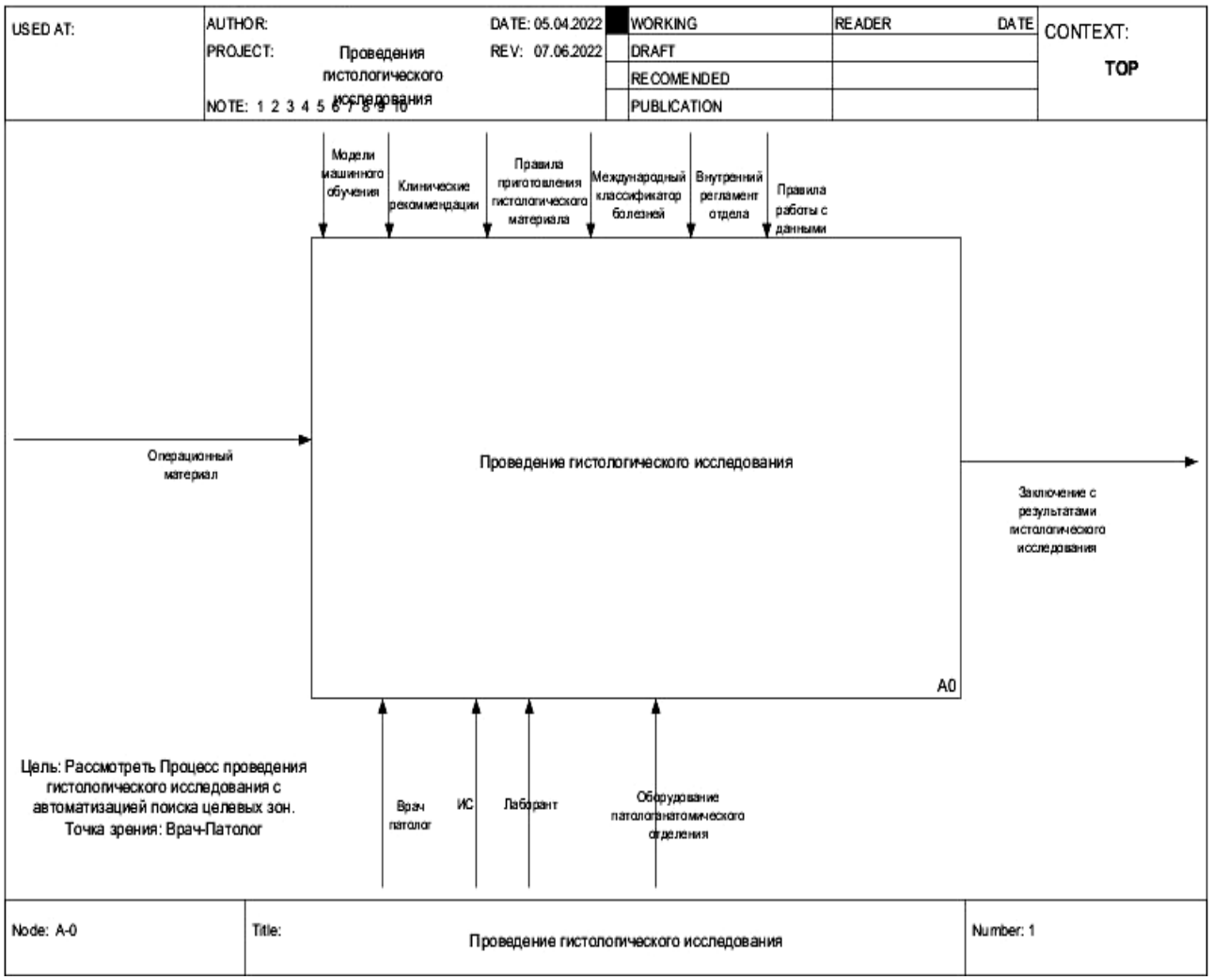


Рис. 1. Контекстная диаграмма процесса проведения гистологического исследования «ТО ВЕ» в нотации IDEF0

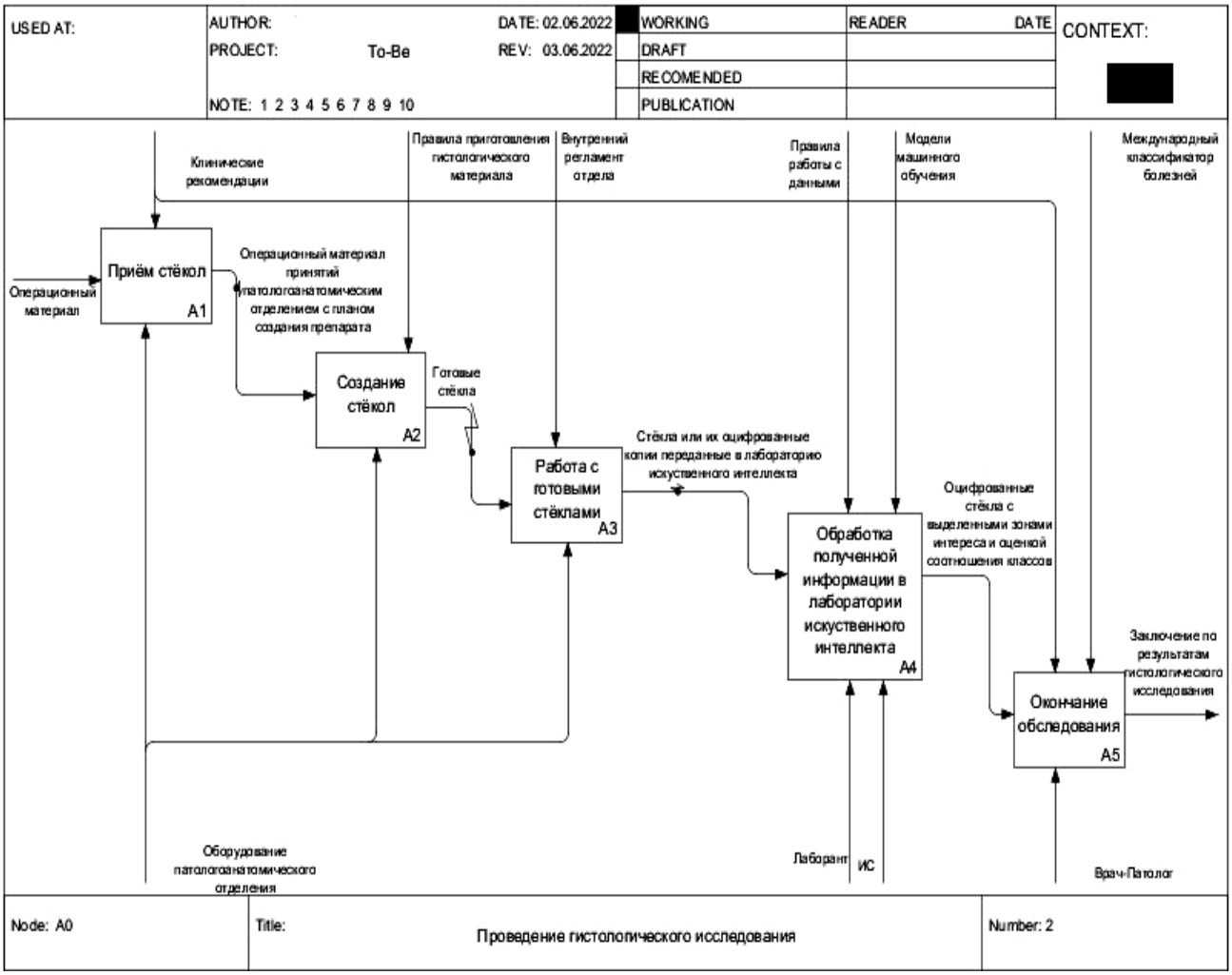


Рис. 2. Декомпозиция верхнего уровня бизнес-процесса проведения гистологического исследования «TO BE» в нотации IDEF0

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Проведенный анализ моделирования бизнес-процессов в сфере здравоохранения в нотации IDEF0 выявил ряд важный методических аспектов: несмотря на отсутствие в нотации IDEF0 логических операторов и наличие сложноорганизованного бизнес-процесса в предметной области исследования, средствами данной нотации закрываются ключевые задачи моделирования; несмотря на отсутствие понятия «событие», средствами нотации IDEF0 возможно добиться построения контекстной диаграммы бизнес-процесса и произвести ее декомпозицию на составляющие элементы; отсутствие типизации задач в анализируемой нотации также не снижает качества разработанных моделей; отсутствие маршрутизации документов в связке с соответствующими действиями также не повлияло на качество моделей и возможность последующего анализа; отсутствие многих элементов построения моделей, присущих, например, нотации BPMN, не снижает финального качества разработанный моделей.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Существенным недостатком нотации IDEF0 следует признать отсутствие связей между различными бизнес-процессами компании, что накладывает ограничения на возможность качественного и количественного анализа финальных моделей и не позволяет использовать в этой связи широкие возможности методов оптимизации бизнес-процессов. В целом нотация IDEF0, несмотря на присущие ей объективные недостатки и солидный срок жизни, имеет потенциал для моделирования и анализа сложноорганизованных бизнес-процессов, важно при этом проводить дальнейшие исследования в предметной области исследования с целью развития как самой нотации, так и сферы ее прикладного применения в различных отраслях экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шенталер Ф., Фоссен Г., Обервайс А., Карле Т. Бизнес-процессы. Языки моделирования, методы, инструменты: пер. с нем. Москва: Альпина Паблишер, 2019. 264 с.

2. Ильин В. В. Моделирование бизнес-процессов. Практический опыт разработчика. 4-е изд. Москва: Интермедиатор, 2018. 252 с.

3. Крышкин О. Настольная книга по внутреннему аудиту: Риски и бизнес-процессы. Москва: Альпина Паблишер, 2016. 477 с.

4. Остроух А. В., Николаев А. Б. Интеллектуальные информационные системы и технологии: моногр. 2-е изд., стер. Санкт-Петербург: Лань, 2021. 308 с.

5. Секерин В. Д., Лебедев А. Л., Семикова О. Р., Горохова А. Е. Управление бизнес-процессами в транспортной логистике: моногр. Москва: Научный консультант, 2018. 182 с.

6. Ивахник Д. Е. Конкурентоспособность бизнес-процессов предприятия: понятие и метод оценки // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. 2022. № 1 (33). С. 5–15.

7. Ивахник Д. Е. Оценка конкурентоспособности бизнес-процессов предприятия // Фотинские чтения - 2021 (осеннее собрание): сб. материалов VIII Междунар. науч.-практ. конф., приуроченной к 70-летию ИМИ - ИжГТУ (Ижевск, 25–27 нояб. 2021 г.). Ижевск: Изд-во Ижевск. гос. техн. ун-та имени М. Т. Калашникова, 2022. С. 15–25.

УДК 658.87.003.13

ОЦЕНКА И СРАВНЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ КОМПАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «МАГНИТ» И ООО «ЛЕНТА»)

К. С. Кольцова, Д. О. Сумский

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Орловский филиал), г. Орёл, Россия

K. S. Koltsova, D. O. Sumsky

Financial University under the Government of the Russian Federation (Orel branch), Orel, Russia

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы эффективности разработки и применения бизнес-моделей. Авторами показаны особенности методологии бизнес-моделирования, основанной на создании двенадцатиконечной звезды, базирующейся на расчетах, проводимых по особой методике с применением данных финансовой отчетности компаний. Апробирована методика сравнения эффективности бизнес моделей компаний. Результатом исследования стало формирование эрцгаммы (двенадцатиконечной звезды).

Ключевые слова: бизнес-модель, оценка эффективности, эрцгамма, розничная торговля, рынок

I. ВВЕДЕНИЕ

Российский рынок розничной торговли продолжает расти и по прогнозам специалистов доля лидеров рынка – до 90%. Также одной из характеристик российского продовольственного рынка является продолжающаяся консолидация. Однако несмотря на произошедшие в 2021 году крупные сделки по слиянию и поглощению, рынок остается достаточно фрагментированным и топ-5 ритейлеров имеют достаточный потенциал для увеличения доли рынка (рисунок 1).

Все представители рынка розничной торговли в начале 2022 года столкнулись с рядом негативных факторов, таких как санкции со стороны западных стран, инфляция и снижение показателя ВВП.

Эти и многие другие аспекты повлияли на стоимость акций компаний на Московской бирже (рисунок 2).

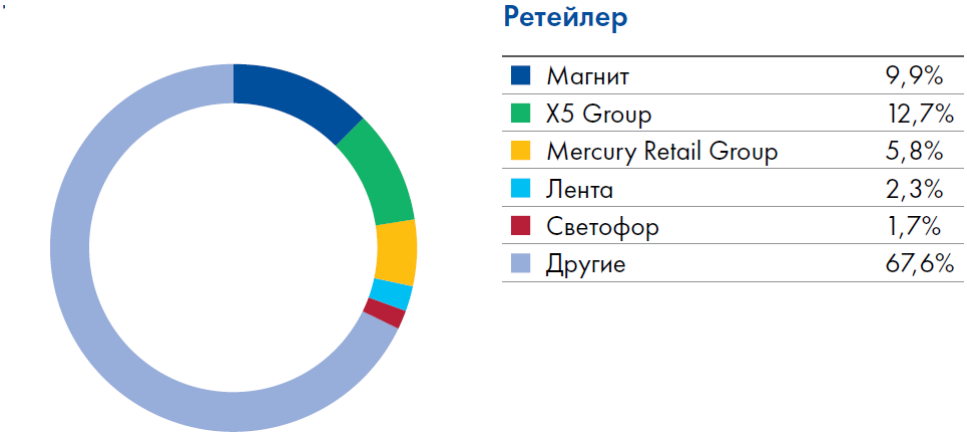


Рис. 1. Топ-5 российских ретейлера

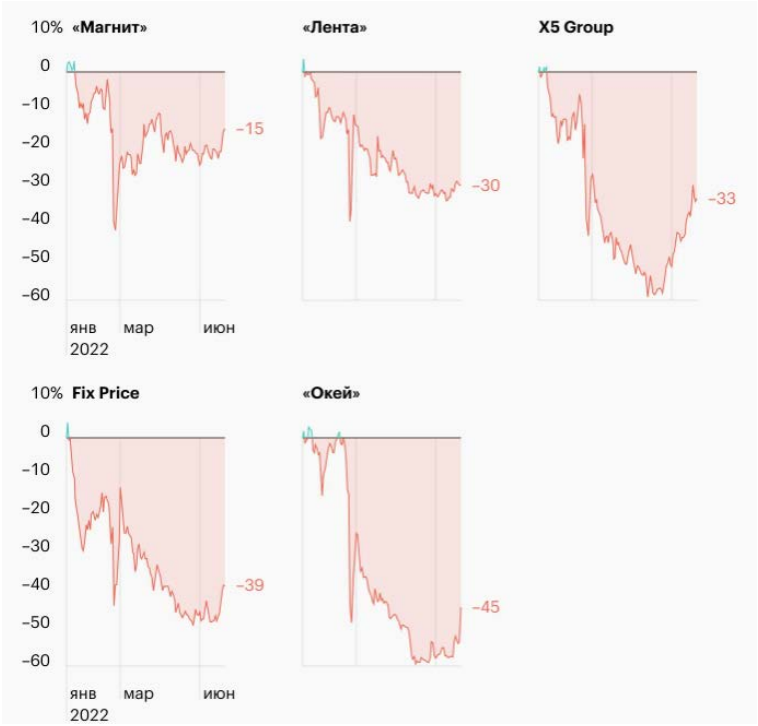


Рис. 2. Рыночная динамика акций продуктовых ретейлеров

Согласно рисунку, стоимость акций упала в среднем на 30%. Наибольшее падение произошло с акциями компании «Окей – 45%. Более положительная ситуация наблюдается у ПАО «Магнит» – падение акций только на 15%.

Однако несмотря на такие отрицательные показатели выручка компаний продолжала расти. Это произошло во многом благодаря развитию онлайн-торговли (табл. 1).

Таблица 1

Результаты ретейлеров в 1 полугодии 2022 года

Компания	Динамика выручки	Прирост сети	Ограничения по дивидендам
«Магнит»	0,39	+654 магазина	Нет
Fix Price	0,242	+363 магазина	Да, санкции
«Лента»	0,203	+52 магазина	Нет, но выплаты в 2022 году не запланированы
X5 Group	0,188	+658 магазинов	Да, санкции
«Окей»	0,104	+13 магазинов	Да, санкции, но компания все равно их объявила

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Многие компании российского продуктового рынка интересны, но наибольшую заинтересованность вызывает ПАО «Магнит», которое в этом году не имеет ограничений по дивидендам, однако акции компании практически не упали, по сравнению с конкурентами. ООО «Лента» также не ограничена по дивидендам (согласно таблице 1, выплаты на 2022 год не запланированы) и является недорогим бизнесом с амбициозным бизнес-планом. Кроме того, компания имеет цель по увеличению выручки с почти 500 млрд до триллиона рублей, при этом темп роста выручки по годам будет примерно 20%.

В большей степени на основе данных факторов в качестве объектов анализа выбраны именно эти две компании.

III. ТЕОРИЯ

Одной из ведущих розничных сетей в России по торговле продуктами питания является ПАО «Магнит», остающееся по сей день лидером по количеству торговых точек, а именно 26 371, и географии их распространения – 67 регионов. Обслуживание сети происходит благодаря логистической инфраструктуре обеспеченной более чем 5000 автомобилей и 45 распределительными центрами.

Ежедневно более 15 млн человек посещают представленные в 4000 населенных пунктах магазины розничной торговли компании. Стоит отметить, что модель работы ПАО «Магнит» имеет мутильтиформат, то есть представляет магазины «у дома», супермаркеты, аптеки и т.д.

В соответствии с результатами, представленными компанией за первое полугодие 2022 года, выручка составила 1 136,3 млрд руб. При этом EBITDA ПАО «Магнит» – 128,4 млрд руб.

Бизнес-модель ПАО «Магнит» представлена в формате схемы, отражающей необходимую информацию (рисунок 3-5) [3].



Рис. 3. Исходные данные: ресурсы и взаимоотношения



Рис. 4. Особенности бизнес-модели

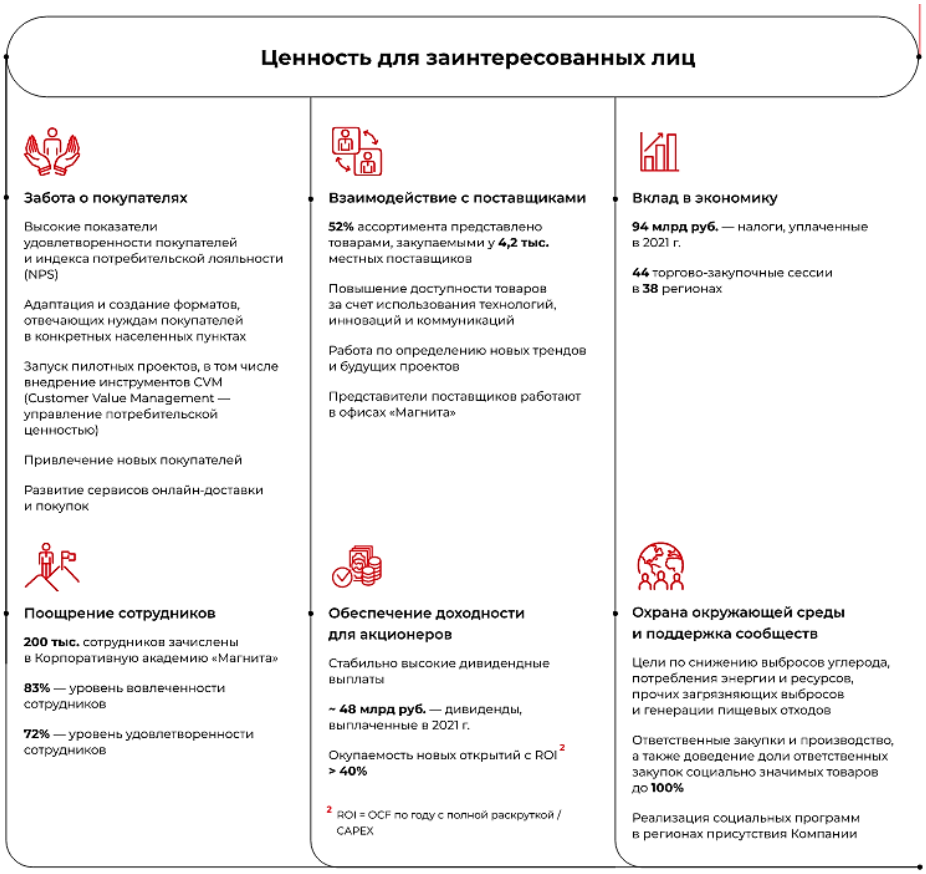


Рис. 5. Ценность для заинтересованных лиц

ПАО «Магнит» продолжает укреплять свои лидерские позиции на рынке розничной торговли в России за счет трансформации бизнеса и поддержания высокого процента рентабельности.

ООО «Лента» – быстрорастущая сеть гипермаркетов России, управляемая опытной командой профессионалов. По состоянию на 30 июня 2022 г. у ООО «Лента»:

- более 55 тыс. сотрудников;
- 483,6 млрд рублей продаж в 2021 г.;
- 254 гипермаркета и 555 магазинов малых форматов;
- 65% недвижимости компании находятся в собственности;
- 1,78 млн кв. м торговых площадей;
- 14 распределительных центров для гипермаркетов и магазинов малых форматов;
- более 23 млн держателей карт лояльности.

Компания обладает следующими преимуществами:

- существующая система лояльности позволяет улучшать потребительский опыт и оценивать поведение и привычки потребителей;
- высокая рентабельность, позволяющая лидировать в отрасли благодаря невысоким операционным расходам;
- стабильный и устойчивый рост;
- знание российского рынка, наличие достаточного опыта работы в России и его сочетание с международным опытом торговли;
- акционером является Севергрупп, что способствует поддержанию лучших международных стандартов корпоративного управления;
- листинг на Лондонской и Лосковской фондовых биржах.

В годовом отчете ООО «Лента» указана следующая информация о бизнес-модели: «Наша бизнес-модель, построенная по принципу «низкая цена / низкие затраты», ориентирована на обеспечение лидирующих позиций по уровню продаж путем последовательного применения постоянно низких цен в сочетании с тщательно проработанными регулярными промоакциями. Наш федеральный охват и высокий товарооборот позволяют нам добиваться конкурентных условий в переговорах с поставщиками» [6].

Оригинальная интегрированная бизнес-модель компании создает все возможности для успешного развития на динамично растущем российском рынке розничной торговли продовольственными товарами.

Компания на регулярной основе поддерживает соблюдение дисконта на основную потребительскую корзину (до 5% от цен конкурентов), а до 40% продукции реализует по акциям. Поддерживать данную бизнес-модель позволяют не только владение основной частью торговых площадей, но и эффективная работа с поставщиками, и продуманная организация логистики.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Для проведения оценки эффективности бизнес-моделей ПАО «Магнит» и ООО «Лента» необходимо заполнить таблицы 2-4 [8].

Таблица 2

Финансово-экономические показатели деятельности ПАО «Магнит» и ООО «Лента» за 2021 год

№ п/п	Показатель	ПАО «Магнит»	ООО «Лента»
Данные для расчета			
1	Выручка от реализации товаров, работ (услуг), тыс. руб.	712 086	495 877 663
2	Чистая прибыль, тыс. руб.	57 079 156	2 781 787
3	Активы, тыс. руб.	251 106 182	251 949 004
4	Собственный капитал, тыс. руб.	129 822 558	80 413 461
Расчетная часть			
5	Рентабельность собственного капитала, %	43,967	3,459
6	Рентабельность продаж по чистой прибыли, %	8015,767	0,561
7	Оборачиваемость активов, оборотов	0,003	1,968
8	Коэффициент финансовой зависимости	1,934	3,133

Разница показателей рентабельности двух компаний достигается за счет того, что ПАО «Магнит» имеет достаточно высокий показатель рентабельности продаж по чистой прибыли и эффективно реализует политику управления и использования оборотных активов. Вместе с тем, следует отметить высокую скорость оборота активов у ООО «Лента».

Однако следует углубить анализ и выяснить за счет чего компании достигли указанных результатов. С этой целью необходимо детализировать каждый фактор (рентабельность продаж по чистой прибыли, оборачиваемость активов, коэффициент финансовой зависимости) по отдельности (табл. 3).

Таблица 3

Данные для проведения детального анализа бизнес-моделей ПАО «Магнит» и ООО «Лента» за 2021 год

№ п/п	Показатель	Обозначение	Фактическое значение	
			ПАО «Магнит»	ООО «Лента»
1	2	3	4	5
1	Выручка от реализации товаров, работ (услуг)	В	712 086	495 877 663
2	Валовая прибыль	ВП	644 412	136 755 104
3	Прибыль до вычета процентов и налогов	EBIT	62 688 719	9 475 980
4	Прибыль до налогообложения	ПДН	57 038 835	3 649 647
5	Чистая прибыль	ЧП	57 079 156	2 781 787
6	Денежные средства	ДС	12 079 539	31 564 532
7	Дебиторская задолженность	ДЗ	8 559 066	25 564 532
8	Запасы	З	37 474	52 007 547
9	Прочие оборотные активы	ПОА	0	190 073
10	Основные средства	ОС	581 183	125 438 177
11	Прочие внеоборотные активы	ПВА	38	5 263 840
12	Заемный капитал	ЗК	121 283 624	171 535 543
13	Собственный капитал	СК	129 822 558	80 413 461
14	Беспроцентные обязательства	БПО	60 284 564	150 031 216

Результаты дальнейшего анализа по рассматриваемой модели ROE для двух анализируемых организаций представлены в таблице 4.

Необходимо обратить внимание на то, что расчет показателей относительного отклонения (ст. 8 и 9, табл. 4) произведен с учетом следующего правила: «для показателей 1-4 таблицы 4 коэффициент делится на среднее значение (ст. 7 табл. 4); для показателей 5-12 таблицы 4, наоборот, среднее значение делится на коэффициент, рассчитанный для той или иной компании».

Согласно таблице 4 по многим показателям ПАО «Магнит» осуществляет свою деятельность эффективнее, чем ООО «Лента». Так, например, валовая маржа ПАО «Магнит» – 90,5% – выше на 62,9%, чем у ООО «Лента» (27,6%).

Таблица 4

Расчет финансово-экономических показателей ПАО «Магнит» и ООО «Лента» за 2021 год для 12-факторной модели ROE

№ п/п	Показатель	Фактическое значение		Среднее значение	Относительное отклонение	
		ПАО «Магнит»	ООО «Лента»		ПАО «Магнит»	ООО «Лента»
1	2	5	6	7 = (5 + 6) / 2	8 = 5 / 7	9 = 6 / 7
1	Валовая маржа, %	90,496	27,578	59,037	1,533	0,467
2	Эффект от коммерческих и управленческих расходов	97,280	0,069	48,675	1,999	0,001

№ п/п	Показатель	Фактическое значение		Среднее значение	Относительное отклонение	
		ПАО «Магнит»	ООО «Лента»		ПАО «Магнит»	ООО «Лента»
1	2	5	6	7 = (5 + 6) / 2	8 = 5 / 7	9 = 6 / 7
3	Эффект от финансовой деятельности	0,910	0,385	0,648	1,405	0,595
4	Налоговый эффект	1,001	0,762	0,881	1,1353	0,8647
5	Управление денежными средствами, дн.	6191,712	23,234	3107,473	0,502	133,749
6	Управление дебиторской задолженностью, дн.	4387,194	18,817	2203,005	0,502	117,074
7	Управление запасами, дн.	19,208	38,281	28,745	1,496	0,751
8	Управление прочими оборотными активами, дн.	0	0,140	0,070	-	0,500
9	Управление основными средствами, дн.	297,902	92,331	195,117	0,655	2,113
10	Управление прочими внеоборотными активами, дн.	0,019	3,875	1,947	99,960	0,503
11	Долговая нагрузка	0,934	2,133	1,534	1,642	0,719
12	Уровень беспроцентных обязательств в собственном капитале	0,464	1,866	1,165	2,509	0,624

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Графическое изображение 12-факторных моделей ROE двух компаний представлено на рисунке 6. Лепестковая диаграмма построена на основе данных табл. 4 (столбцы 8 и 9). Теперь наглядно видно, за счет каких именно факторов показатель ROE ПАО «Магнит» выше, чем показатель ROE ООО «Лента».

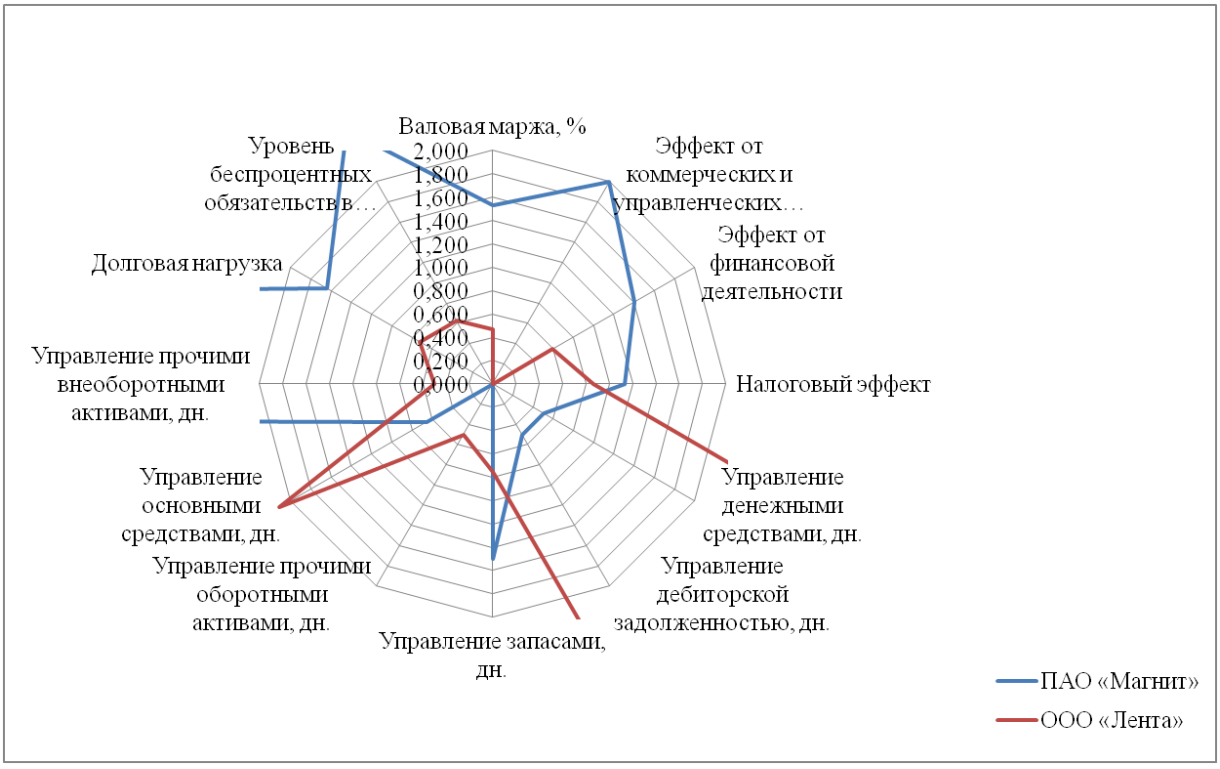


Рис. 6. Эрцгамма бизнес-моделей ПАО «Магнит» и ООО «Лента»

Таким образом, ПАО «Магнит» получает наибольший эффект от коммерческих и управленческих расходов, финансовой деятельности и наибольший налоговый эффект, эффективнее управляет запасами, имеет достаточно высокий уровень беспроцентных обязательств, а также высокий уровень долговой нагрузки.

ООО «Лента», в свою очередь, эффективнее управляет прочими внеоборотными и оборотными активами, основными средствами, денежными средствами и дебиторской задолженностью.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алтухова М. В. Как оценить бизнес-модель компании. URL: https://www.cfin.ru/finanalysis/math/business_model.shtml (дата обращения: 11.10.2022).

2. Бариленко В. И. Методология бизнес-анализа: учеб. пособие. М.: Кнорус, 2019. 190 с. URL: https://book.ru/book/931799 (дата обращения: 11.10.2022).

3. Усенко Л. Н., Чернышева Ю. Г., Гончарова Л. В. [и др.]. Бизнес-анализ деятельности организации: учеб. / под ред. Л. Н. Усенко. М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2021. 560 с. URL: https://znanium.com/catalog/product/1245073 (дата обращения: 11.10.2022).

4. Бизнес-модель ПАО «Магнит». URL: https://www.magnit.com/ru/about-company/business-model/ (дата обращения: 11.10.2022).

5. Гобарева Я. Л., Городецкая О. Ю., Золотарюк А. В. Бизнес-аналитика средствами Excel: учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Вузовский учебник, 2021. 350 с. URL: https://znanium.com/catalog/product/1668637 (дата обращения: 11.10.2022).

6. Интерфакс - Сервер раскрытия информации // МКПАО «Лента»: сайт. URL: https://www.e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=38380&attempt=1 (дата обращения: 11.10.2022).

7. Казакова Н. А. Экономический анализ: учеб. М.: ИНФРА-М, 2022. 343 с. URL: https://znanium.com/catalog/product/1841435 (дата обращения: 11.10.2022).

8. Куприянова Л. М. Финансовый анализ: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2023. 157 с. URL: https://znanium.com/catalog/product/1909158 (дата обращения: 11.10.2022).

9. Литовченко В. П. Финансовый анализ: учеб. пособие. 2-е изд. М.: Дашков и К°, 2018. 214 с. URL: https://znanium.com/catalog/product/1449825 (дата обращения: 11.10.2022).

10. Никифорова Н. А. Комплексный экономический анализ: учеб. для напр. бакалавриата «Экономика» и «Менеджмент». М.: Кнорус, 2021. 439 с.

УДК 665.777.4(571.13)

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА ИГОЛЬЧАТОГО КОКСА В ОМСКОМ РЕГИОНЕ КАК ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ОСНОВЫ ВЫПУСКА УГЛЕГРАФИТОВЫХ ЭЛЕКТРОДОВ ДЛЯ РОССИЙСКОЙ МЕТАЛЛУРГИИ

В. М. Костицин, Е. В. Яковлева

Омский государственный технический университет, Омск, Россия

V. M. Kostitsin, E. V. Yakovleva

Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В статье определены экономические предпосылки организации производства нефтяного игольчатого кокса (ИК) в РФ (Омском регионе) для производства углеграфитовых электродов марки UHP (ГЭ) с целью обеспечения российских металлургов отечественными катодными электродами на 100%. Методом исследования - бенчмаркинг, установлено, что 100% сырья для производства углеграфитовых электродов марки UHP (прокаленный игольчатый кокс) производится за рубежом, и как результат, высока зависимость отечественной металлургии от импортных электродов. Рассмотрены проблемы угроз экономической безопасности экономики РФ.

Ключевые слова – экономические предпосылки, организация производства, игольчатый кокс, углеграфитовые электроды, установки зольного коксования, электросталеплавильные печи, отечественная металлургия.

I. ВВЕДЕНИЕ

Углеграфитовые материалы (электроды, щетки генератора, литиево-ионные аккумуляторы) отличаются уникальным набором физических и химических свойств. Основные из них: малый удельный вес, высокая температура сублимации (порядка 3900 К), отсутствие плавления и низкое давление паров углерода, возможность получения изделий с заданными показателями пористости и плотности , способность к созданию материалов особо высокой чистоты, широко используемый в ядерных установках эффект замедления скорости движения нейтронов, получение высоко конструкционных деталей эксплуатируемых до 3500 К. Таков неполный перечень порошковых углеграфитовых материалов , которые их незаменимыми в металлургии , химии, электроэнергетике, ракетно-космической отрасли, атомной энергетике.

Рынок конструкционных графитов и вспомогательной графитовой продукции имеет широкую область применения (табл. 1).

Таблица 1

Металлургия	Теплообменное оборудование	Графитовые щётки генератора	Атомная промышленность
Плавление, непрерывное литье, прессование при высоких температурах под давлением. Электролиз алюминия: катоды, футеровка электролизеров	Элементы конструкции теплообменников: трубы, блоки, пластины, футеровка, направляющие, ролики, крепеж	Графитовые щётки генератора	Элементы конструкции урана-графитовых ядерных реакторов. участие в программах Росатома, в том числе по развитию высокотехнологичных областей «Технологии новых материалов и веществ» при Исполнительном комитете Росатома, курируемой Правительством РФ

120 тыс. тонн – общий объем мирового рынка. Основные производители конструкционных графитов: Graftech, США, Fangda, Китай, SGL Carbon Германия (входит в группу Tokai Carbon, Япония). 7,3 тыс. тонн - объем мирового рынка ГЭ UHP. Основной производитель в РФ – Донкарб Графит Новочеркасск, Россия (входит в состав ЭПМ), обеспечивает 50% внутреннего спроса рынка конструкционных графитов и вспомогательной графитовой продукции.

Основное количество перерабатываемого сырья для производства ГЭ UHP - это игольчатый нефтяной кокс. Он образуется при переработке нефти при выпуске бензина и мазута. США выпускает - 40 % нефтяного кокса, Японии -30%, Китае -20%, Индия -4%, остальные страны-6% этих странах эта марка кокса служит для производства электродов марки UHP (ultra high power) электродов с высокой силой тока, они предназначены для выплавки стали в ДСП (дуговые элетростальные печи).

В 2022 году будет запущено единственное в России промышленное производство игольчатого кокса на Омском НПЗ.С выходом на полную производственную мощность в 2024г. будет производится 31 тыс. тн. прокаленного ИК в год. Структуру мирового рынка по изготовителям ИК можно посмотреть на схеме ниже (см. рис.1).

В перспективе ожидается рост спроса на ГЭ UHP с повышением спроса на электросталь, в настоящее время рынок ГЭ UHP в РФ сильно зависит от импорта.



Рис. 1

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Экономика производства ГЭ существенно зависит от качества и стоимости ИК, доля которого в себестоимости ГЭ достигает - 69%. В этой связи выстраивание вертикально интегрированной модели производства ИК и ГЭ даёт максимально синергетический эффект. Прогнозные цены на ИК и ГЭ соответствующие принципу выходу на историческую маржинальность для данного передела (см. рис. 2). Имея такую динамику корреляции цен задачей будет являться увеличение выпуска ИГ в РФ.

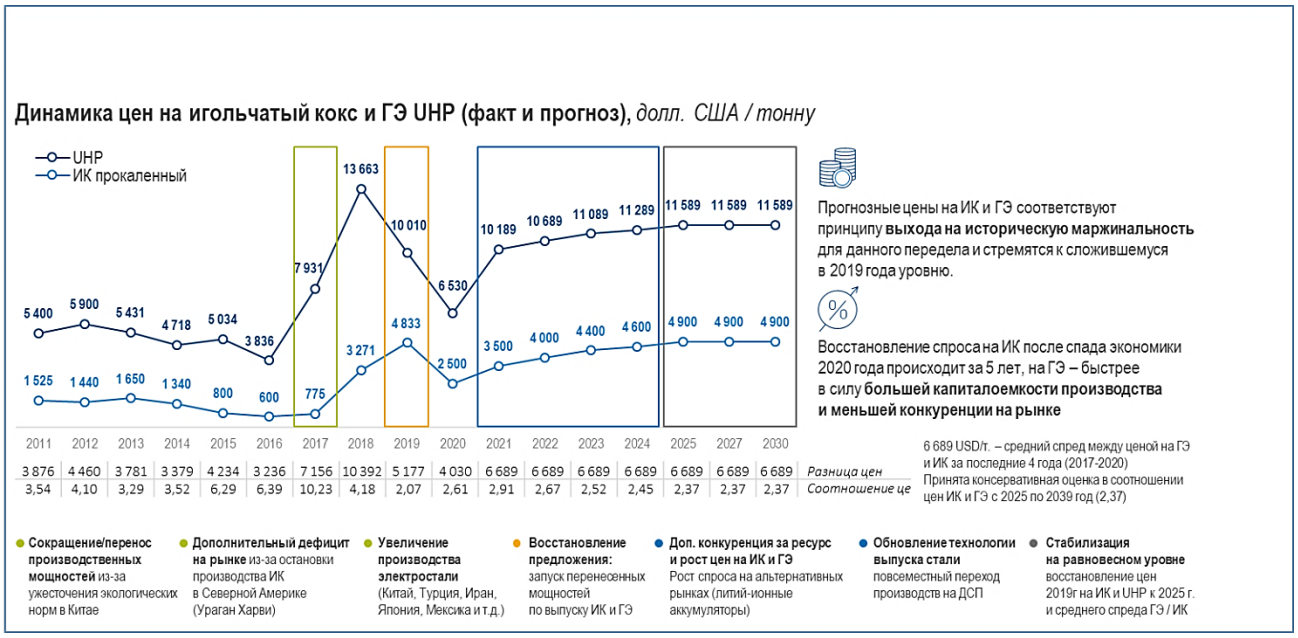


Рис. 2. Цены на ГЭ коррелируются с ценами на игольчатый кокс

На рис. 3 представлены показатели и типовые значения ИК соответствующее нормативам для производства ГЭ UHP.

Показатели нефтяного игольчатого кокса будут соответствовать требуемым нормативам для производства ГЭ UHP

Наименование показателей		Типовые значения
Влажность, %. [ISO 11412]		0,00 – 0,30
Содержание масел, % [ISO 8723]		0,10 – 0,30
Ситовой анализ, % ISO 12984	>32 мм	0,0 – 5,0
	32-16 мм	5,0 – 20,0
	16-8 мм	10,0 – 20,0
	8-4 мм	10,0 – 15,0
	4-2 мм	10,0 – 15,0
	2-1 мм	10,0 – 15,0
	1-0,5 мм	10,0 – 15,0
	0,50-0,25 мм	5,0 – 15,0
	<0,25 мм	5,0 – 10,0
Вибронасыпная плотность, г/см³ [ISO 10236]	2-1 мм	0,91– 0,96
	1-0,5 мм	0,95 – 1,00
Прочность зерен, % [ISO 10142]		85 – 92
Размолоспособность [M168]		1,10 – 1,30
Действительная плотность, г/см³[ISO 8004]		2,130 – 2,150

Наименование показателей		Типовые значения
Размер кристаллита L_c, Å [ISO 20203]		40,0 – 48,0
Удельное электрическое сопротивление, мкОм·м [ISO 10143]		400 – 450
Содержание азота, %		0,10 – 0,40
Рентгенофлуоресцентный анализ [ISO 12980]	S, %	0,10 – 0,20
	V, ppm	0 – 1
	Ni, ppm	0 – 5
	Si, ppm	30 – 100
	Fe, ppm	30 – 100
	Al, ppm	20 – 100
	Na, ppm	5 – 20
	Ca, ppm	10 – 30
	P, ppm	1 – 3
Зольность, % [ISO 8005]		0,02 – 0,08
Кажущаяся плотность (ø13 мкм), г/см³. [Ртутная порометрия DIN 66133]		1,83 – 1,88
Общая пористость, %. [Ртутная порометрия DIN 66133]		17,5 – 20,0
Осевое соотношение пор [M109-1]		0,23 – 0,27

Рис. 3

III. ТЕОРИЯ

Растущий спрос на игольчатый кокс в сталелитейной промышленности (в России этот вопрос стоит очень остро), растущий спрос на литий - ионные аккумуляторы, электроды марки UHP, являются основными факторами, стимулирующими дальнейший рост мирового рынка игольчатого кокса. Игольчатый кокс в России относится к 100% импортируемой продукции. Коксование - это процесс переработки жидкого сырья путём его нагрева до высоких температур. Результатом становится твёрдый осадок - этот есть нефтяной кокс. Химический состав нефтяного кокса принципиально отличается от каменноугольного: в него входят углерод (90-95%), сера (до 3%), водород (не более 1%), соединения азота и кислорода (около 1,5%). Игольчатый кокс является специальным сортом нефтяного кокса, который может вырабатываться на существующих установках замедленного коксования (УЗК) из предварительно ароматизированного сырья. Эти установки позволяют повысить глубину переработки нефти, а также получить востребованный в производстве электродов нефтяной кокс.

Игольчатый кокс - это высокоструктурированный углеродный продукт с низким содержанием металлов и серы. Это в отличии от обычного нефтяного кокса, дорогостоящая продукция, используемая для изготовления крупногабаритных (диаметром 500 мм и выше) графитированных электродов. Их применяют при выплавке стали в электросталеплавительных печах. Именно такой метод сейчас используют во всем мире из-за его высоких экологических характеристик. И только ИК придаёт электродам специальные свойства, такие как высокая электропроводимость при высоком коэффициенте термического расширения на высоких температурах. ГЭ примеряемые в атомной, металлургической, химической и космической отраслях, нельзя получить из обычного нефтяного кокса, а только на основе игольчатого. Весь рынок производства игольчатого кокса делят 4 компании: ConicoPhillips (США и Великобритания), Seadrift Coke(США), Petrocoke(США), Nippon Oil &Energy (Япония). Китайские производители выпускают ИК из каменного угля и последовательно сокращают такое производство. Технология получения ИК сложнее и дороже, чем обычного нефтяного, но при этом экологичнее. Его производство разделяется на 3 стадии: предварительная подготовка сырья, замедленное коксование и прокаливание. По химическому составу ИК является инертным, то есть не испаряется в атмосферу, не вступает в химическую реакцию при соприкосновении с водой и светом. Не токсичен для животных и растений, прошёл тесты на канцерогенность, репродуктивные, умственные последствия. Наладить промышленное производство ИК в СССР и в РФ не удалось по ряду причин. Среди них:

- отсутствие необходимых ресурсов нефтяного сырья;
- отсутствие мощностей по квалифицированной подготовке и переработке исходного сырья;
- коммерческая неэффективность, потому что при производстве ИК взамен переработки тяжелых нефтяных остатков снижалась глубина переработки нефти и, соответственно, прибыль нефтяных компаний. В итоге в России своего производства игольчатого кокса до сегодняшнего дня так и не образовалось, поэтому электродной промышленности страны до сих пор приходится всецело полагаться на импорт, что в будущем, при нынешних политических и экономических реалиях, может создать большие трудности.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Вполне логично, что идея создания первого производства ИК получила импульс к развитию. Уже в сентябре 2017г. на Омском НПЗ начался проект по строительству УЗК (установка зольного коксования). В мае 2022 был получен первый сертифицированный образец нефтяного игольчатого кокса. Проектная мощность УЗК Омского НПЗ -38,7 тыс. тн/год сырого игольчатого кокса. Вместе с увеличением глубины переработки нефти и повышением выхода светлых нефтепродуктов, модернизация УЗК позволит дополнительно снизить воздействие производства на окружающую среду благодаря обновлению блока утилизации паров. В итоге выпуск ИК даст стимул к производству ГЭ марки UHP, которые способны заместить долю импортируемых в РФ ГЭ, а также реализовать экспортный потенциал. Одобрение зарубежных лабораторий экспериментального игольчатого кокса ОНПЗ представлено на рис. 4.



Рис. 4

Продукция проектируемого завода Роскарбон способна заместить долю импортируемых в РФ ГЭ, а также реализовать экспортный потенциал (рис. 5).



Рис. 5

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Итак, производство ГЭ марки UHP из игольчатого нефтяного кокса может быть в возрастающем тренде на рынке конечного потребителя (производителя стали), а именно выплавки стали в дуговых электросталеплавильных печах. Ниже на диаграмме (рис.5) предоставлена доля электростали в % от общей доли выплавки стали в мире. Также мы считаем, что есть предпосылки для роста доли электростали в общем объёме сталелитейного производства:

1. Машиностроение предъявляет растущие требования к качеству стали, увеличивается доля качественных сталей, которые производятся в электропечах.

2. В качестве сырья для производства стали все чаще используется амортизационный лом, обычно переплавляемый в электропечах.

3. Производство стали в электродуговых печах экологически чище в сравнении с другими способами производства.



Рис. 5. Тренды на рынке конечного потребления стали указывают на потенциал роста выплавки электростали

Также хочется отметить, что устойчивый рост мирового производства электростали обеспечивает положительную динамику потребления ГЭ марки UHP в долгосрочной перспективе. Основной драйвер развития рынка ГЭ из игольчатого кокса - это рост производства стали. Ниже (см. рис. 6) представлен базовый и консервативные сценарии прогноза потребления ГЭ марки UHP.



Рис. 6

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении хочется отметить, что выдвинутая в начале исследования гипотеза, что выстраивания вертикально интегрированной модели производства ИК и ГЭ даёт максимально синергетический эффект, подтвердилась. Обнаружена прямая зависимость между ростом/падением стоимости 1тн. игольчатого кокса и графитированных электродов, подтвержден рост доли электростали в общей доле варки стали в мире, установлено, что российские металлурги находятся в прямой зависимости от импорта графитированных электродов марки UHP, обнаружено, что в РФ на сегодня нет производства игольчатого кокса для производства электродов, Омский НПЗ выпустил опытную партию соответствую мировым стандартам. Это прямая угроза для электросталеплавильной металлургии, и как следствие обороноспособности страны. Необходимо наладить серийное производство игольчатого кокса по НПЗ в РФ. Для этого требуется вовлечение государства в инвестиционные проекты заводов, так как установки зольного коксования, печи прокаливания, жд инфраструктура отгрузки готовой продукции дорогостоящие проекты. Представляется целесообразным пересмотреть методологию субсидирования издержек инвестиционных проектов в нефтехимической отрасли через льготное налогообложение. Предлагается рассмотреть более элективные механизмы влияния со стороны государства на ключевые показатели проекта: срок окупаемости, рентабельность, чистый денежный поток.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Исследование выполнено при поддержке ООО «Газпром нефть – ОНПЗ» и ООО «Газпром нефть – Графитек». Автор благодарит профессора, доктора наук Яковлеву Е.В.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Фиалков А. С. Процессы и аппараты производства порошковых углеграфитовых материалов. М.: Аспект Пресс, 2008. 687 с.

2. Федеральная таможенная служба РФ, расчеты Mega Research, Объем и динамика импорта игольчатого кокса в РФ за 2018-2019 гг. (дата обращения: 28.11.2022).

3. Отчет о мировой и китайской промышленности игольчатого кокса, 2020-2026. URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.6fc03f06-6385aeed-b6b74802-74722d776562/https/www.yahoo.com/entertainment/global-china-needle-coke-industry-030249108.html (дата обращения: 28.11.2022).

УДК 339.186

АНАЛИЗ ТОВАРНЫХ ПОТОКОВ В ЛОГИСТИКЕ ЗАКУПОК

С. И. Кузнецов

Самарский государственный университет путей сообщения, Самара, Россия

S. I. Kuznetsov

Samara State University of Railway Transport, Samara, Russia

Аннотация: В статье рассмотрены современные подходы к логистике как процессу, показаны варианты выбора и формирования логистических систем и их влияние на деятельность предприятия. Определены основные составляющие закупочного цикла компании, его функционал и особенности реализации.

Ключевые слова: компании, прибыль, рынок, логистика, клиент, достижение целей.

I. ВВЕДЕНИЕ

Существует очень тесная связь между закупками в логистике и услугами, предлагаемыми компанией, поскольку все предприятия должны быть заранее обеспечены ресурсами, необходимыми им для выполнения своей деятельности. Закупки связаны с непрерывным потоком поставок, материалов и услуг. Для того чтобы это было эффективно, решающее значение имеет правильное управление запасами.

Организуя закупку товара на складе, компания должна продумать сколько единиц каждого товара им необходимо.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Закупки определяются как логистическая операция, ответственная за поставку сырья или товаров в целом на склад. Концепция закупок в логистике также связана с такими терминами, как поставка и закупка.

С точки зрения склада, закупка относится к пункту повторного заказа. Когда запас определенного артикула ниже заданного уровня (установленного, например, формулой EOQ), следует активировать заказ на покупку или пополнение, чтобы предотвратить возникновение дефицита, поскольку это может привести к потере продаж или даже остановке производства. Поэтому управление закупками жизненно важно для развития бизнеса.

III. ТЕОРИЯ

Закупочный цикл варьируется в зависимости от того, является ли организация производственной компанией или коммерческим предприятием.

Каждая стоимость, связанная с производством продукта, увеличивает его ценность. Если производителю приходится на 10% повышать стоимость сырья, возникающий в результате скачок цен может привести к увеличению расходов конечного потребителя. Кроме того, тип закупаемого сырья может включать в себя длительные цепочки поставок, такие как международный транзит минерального сырья с других участков в производственный центр.

Логистика закупок предшествует типичной логистической цепочке поставок. Если цепочка поставок закупок не существует, все последующие части цепочки поставок не могут существовать. Согласно данным измерений, для поддержания функционирования глобальной цепочки поставок требуется более точное планирование спроса, глобализация поставщиков, усиление конкуренции, сокращение жизненного цикла продукции, сотрудничество и подробные инструменты управления закупками [1].

В удовлетворении этой потребности в наилучших интересах многих организаций сотрудничать с компаниями, имеющими глобальный охват в цепочке поставок, такими как 3PLs, чтобы обеспечить сохранение их способности конкурировать с организацией в глобальной экономике. В конечном счете, 3PL может стать наиболее важным источником доступной логистики закупок, выравнивая игровое поле между крупными и малыми компаниями [2].

Рассмотрим функции, которые имеет закупочная логистика. Она, в частности, предназначена для того, чтобы:

- формировать стратегию покупки материальных ресурсов и прогнозировать потребность в них;
- получать и оценивать предложения от потенциальных поставщиков; выбирать поставщиков;
- определять потребности в материальных ресурсах, рассчитывать, в каком объёме нужно заказывать материалы, сырьё и изделия;
- согласовывать цену заказываемых ресурсов и заключать договоры на поставку; контролировать сроки поставки материалов;
- осуществлять входной контроль качества материальных ресурсов и их размещение на складе;
- поддерживать нормативный уровень запасов материальных ресурсов в складских помещениях.

За реализацию вышеперечисленных функций отвечает отдел закупок, взаимодействующий с иными подразделениями компании.

Несомненно, что процесс закупок соединяет склад с производственным центром. Сырье размещается на стеллажах до тех пор, пока это не потребуется производственным линиям. Как только сырье превращается в конечный продукт, оно хранится в ожидании отправки.

Чтобы эффективно осуществлять закупки, компании необходимо учитывать следующие операции:

Анализ закупок. Важно определить количество материалов, расходных материалов и услуг, необходимых для производства или продажи продукта.

Процесс закупок. Благодаря этой транзакции компания получает необходимое количество ресурсов и услуг по минимально возможной цене. Важно выбрать поставщика, который гарантирует, в дополнение к конкурентоспособной цене, согласованное качество и сроки поставки. Здесь время выполнения заказа является решающим фактором.

Прием и хранение товара. Ресурсы поступают в зону стыковки и размещаются на стеллажах до тех пор, пока они не понадобятся на производственных линиях. Готовая продукция также хранится после того, как она покидает производственный центр.

Поставка и отправка. Необходимо обеспечить производственное предприятие ресурсами, необходимыми для обеспечения бесперебойной деятельности. В то же время товары, которые будут поставляться на другой склад или в обычный магазин, должны быть отправлены. На данном этапе эффективность особенно важна: переизбыток запасов может привести к возникновению узких мест, не говоря уже об увеличении затрат на хранение.

Управление запасами. Умелое управление запасами напрямую влияет на производительность всех операций, составляющих цикл закупок.

Операции, связанные с закупками, касаются нескольких отделов компании: от администрации и отдела закупок, отвечающего за планирование приобретения продуктов, до команды логистики, которая занимается отправкой товаров клиентам. Организация и координация между каждой из операций имеет основополагающее значение для оптимальных закупок.

Если закупки не управляются должным образом, компания рискует столкнуться с серьезными проблемами. Наиболее распространенными проблемами являются:

Нехватка или перебои в снабжении. Отсутствие запасов означает потерю продаж, снижение производительности или, в худшем случае, простои производства из-за нехватки ресурсов, необходимых для этой деятельности. Желательно иметь запас прочности, который позволит компании справиться с любыми непредвиденными событиями, связанными с изменением спроса, и, таким образом, избежать перебоев в поставках.

Мертвый запас. Это происходит, когда компания приобрела больше товаров, чем нужно, и они в конечном итоге превращаются в устаревшие запасы, что влечет за собой ненужные расходы на хранение.

Зависимость от поставщиков. Как правило, это происходит, когда компании используют метод закупок «точно в срок». С помощью этой техники расходные материалы покупаются по мере необходимости. В результате любые инциденты с поставщиками повлияют на весь цикл закупок.

Результаты экспериментов. Все проблемы, возникающие из-за неэффективных процессов закупок, имеют общее следствие: значительный рост эксплуатационных расходов. Хорошее управление закупками позволяет предлагать более доступные цены и лучший сервис и, в конечном счете, быть более конкурентоспособными.

IV. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Независимо от отрасли, движущим фактором всех инициатив в области логистики закупок является стремление снизить затраты и свести к минимуму сбои в производстве. Неполучение деталей по графику может легко привести к полной остановке всех работ.

Заключение. Незначительная экономия на расходах на хранение компенсируется затратами на заработную плату и накладные расходы в период отсутствия производства. Все решения сопряжены с определенным уровнем риска, и логистика закупок — это метод минимизации известных рисков.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дыбская В. В. Логистика складирования: учеб. Москва: ИНФРА-М, 2021. 559 с.
2. Канке А. А., Кошевая И. П. Логистика: учеб. пособие. 2-е изд., испр. и доп. Москва: ФОРУМ, 2022. 384 с.

УДК 004:621

«ЗАКРЕПЛЕНИЕ» ЦИФРОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ЗА КЛЮЧЕВЫМИ РИСКАМИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Л. А. Кусакин
ОмГУ им. Ф. М. Достоевского, Омск, Россия

L. A. Kusakin
Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russia

Аннотация. Актуальность данной темы исследования обусловлена тем, что на текущий момент отсутствует наглядное «закрепление» цифровых инструментов за ключевыми рисками предприятий машиностроения. В связи с чем в данной статье подробным образом рассматриваются специфические особенности машиностроительных предприятий, современные цифровые инструменты, способные снизить

негативное воздействие ключевых рисков предприятий машиностроения. По результатам исследования автор предлагает табличную форму «закрепления» цифровых инструментов за ключевыми рисками машиностроительных предприятий и приходит к выводу, что к наиболее часто встречающимся инструментам цифровизации можно отнести большие данные, машинное обучение и блокчейн.

Ключевые слова: экономические риски, цифровые инструменты, машиностроительные предприятия.

I. ВВЕДЕНИЕ

Проблема выявления и грамотного управления рисками является актуальной для современных предприятий машиностроения. В связи с чем попробуем определить не только особенности возникновения, но и классификацию рисков в машиностроительной отрасли. Классификация рисков позволит систематизировать процесс «закрепления» цифровых инструментов за рисками машиностроительных предприятий.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Задача исследования – «закрепить» инструменты цифровизации за ключевыми рисками машиностроительных предприятий с целью снижения негативного воздействия рисковых событий.

III. ТЕОРИЯ

Предприятия машиностроительной отрасли отличаются в первую очередь тем, что имеют ряд специфических этапов по подготовке, производству и реализации продукции. Следовательно, можно говорить о наличии специфических рисков, характерных именно для этих этапов. С целью корректного определения и анализа таких рисков, будем рассматривать их в тесной связи с этапами жизненного цикла продукции.

Этапы освоения и производства продукции можно условно подразделить на предпроизводственные этапы и этапы производства и реализации продукции.

Предпроизводственные этапы включают в себя действия по зарождению идеи, её обоснованию, разработке и организации производства нового вида продукции с выводом её на рынок [1]. Для данного этапа характерны следующие риски:

- риски научно-исследовательской деятельности (НИР);
- риски опытно-конструкторских работ (ОКР);
- риски организации производства, риски технологической подготовки производства [2].

Представляется целесообразным обозначить в комплексе риски организации производства и риски технологической подготовки производства, так как риски данных этапов обусловлены не только затратами на последующее производство, но и качеством осуществления самих технологических и производственных процессов [3].

Следующая совокупность этапов жизненного цикла – это этапы производства продукции и ее реализации. Этапы производства и реализации продукции фактически означают коммерциализацию идеи - превращение ее в выручку и доходы предприятия [1]. Для данного этапа характерны следующие риски:

- риски на этапах роста производства и продаж продукции;
- риски на этапе замедления производства и продаж;
- риски на этапе зрелости;
- риски на этапе спада объёмов деятельности [2].

Представляется возможным обозначить характерные особенности обозначенных рисков:

- для рисков характерен достаточно изменчивый характер, который обусловлен особенностями этапов производства и реализации продукции;
- количество рисков и их уровень неуклонно возрастает;
- результаты производства и продаж новой продукции изменяются в соответствии с установившимися закономерностями рисков по этапам жизненного цикла продукции [3].

Рассмотрев ключевые риски, характерные для машиностроительных предприятий, перейдём к рассмотрению понятийного аппарата современных цифровых инструментов, таких как Большие данные (Big Data), нейросети, блокчейн (Blockchain), 3D принтинг (3D Printing), имитационное моделирование, машинное обучение.

Большие данные (Big Data) – это структурированные или неструктурированные массивы данных большого объёма. Большие данные обрабатываются с помощью применения специальных автоматизированных ин-

струментов с целью формирования статистических данных, проведения анализа, формирования прогнозов для принятия решений.

Нейросети – это математическая модель, а также её программное или аппаратное воплощение, которое работает по принципу организации и функционирования биологической нейронной сети. Помогает решать заданную человеком задачу. Иначе нейросети называют искусственным интеллектом.

Блокчейн (Blockchain) – это децентрализованная база данных, которая предназначена для хранения последовательных блоков с набором характеристик, связанных между собой специальными ключами; реестр для хранения и передачи цифровых активов. Под активами можно понимать денежные средства, акции и т.д.

3D принтинг (3D Printing) – это аддитивное производство, а также производственный процесс, при котором 3D принтер создаёт трёхмерные объекты посредством нанесения материалов слоями (в соответствии с цифровой моделью объекта). В качестве материалов может выступать металл, пластик, бетон и т.д.

Имитационное моделирование – это метод исследования, при реализации которого изучаемая система заменяется моделью, которая подробно описывает реальную систему (смоделированная модель описывает процессы так, как они протекали бы в действительности), с которой проводятся эксперименты с целью получения информации об этой системе.

Машинное обучение – это использование математических моделей данных, которые помогают компьютеру обучаться без непосредственных инструкций. С помощью алгоритмов выявляются закономерности в данных, а на основе закономерностей создаётся модель данных для построения прогнозов. Чем больше данных применяется и чем дольше используется такая модель, тем точнее будут полученные результаты [4]

Таким образом, подробным образом обозначены ключевые риски машиностроительных предприятий и современные инструменты цифровизации.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

На основе рассмотренных рисков машиностроительных предприятий и ключевых инструментов цифровизации представляется возможным «закрепить» цифровые инструменты за ключевыми рисками и обозначить содержание применения каждого конкретного инструмента, см. Табл. 1.

Таблица 1

«Закрепление» цифровых инструментов за ключевыми рисками машиностроительных предприятий

Ключевые риски машиностроительных предприятий	Инструменты цифровизации	Содержание применения инструмента
1	2	3
Риски научно-исследовательской работы (НИР)	Нейросети	Генерация идей создания и продвижения на рынок новой продукции посредством моделирования работы человеческого мозга, выбор сценариев развития планируемого продукта. Обоснование концепции производства изделия
	Имитационное моделирование	Моделирование ситуации, в которой концепция производства изделия продумана до мелочей, не вызывает вопросов. Проверяется возможность практического воплощения (возможность производства продукции, изготовляемой на основе новых технических решений на 3-5 лет вперёд)
	Большие данные (Big Data)	Применение сбалансированной системы показателей эффективности НИР, которая помогает превращать стратегические цели предприятия в соответствующие показатели НИР. Расчёт коммерческой реализуемости.
	Машинное обучение	Искусственный интеллект проводит расчёты на основе определённой математической модели, направленные на снижение рисков, способных оказать влияние на достижение экономических результатов (на основе НИР). Определение потребностей рынка в новой продукции.
	Блокчейн (Blockchain)	Систематизация этапов НИР. Визуализация этапности – построение графика или таблицы, в которой будут прописаны этапы НИР, сроки и исполнители.

Продолжение табл. 1

Ключевые риски машиностроительных предприятий	Инструменты цифровизации	Содержание применения инструмента
1	2	3
Риски опытно-конструкторских работ (ОКР)	Имитационное моделирование	Проведение необходимых экспериментальных работ и получение ожидаемых результатов. К примеру, моделирование ситуации в приложении, когда происходит разрыв трубы, чтобы понять, как новое сварочное оборудование на дистанционном управлении будет взаимодействовать с местом разрыва.
	Большие данные (Big Data)	Расчёт затрат на ОКР (обработка больших объёмов данных). Определение технических характеристик нового изделия посредством установления на него высокотехнологичных датчиков.
	3D принтинг (3D Printing)	Визуализация опытных образцов (к примеру, изготовление опытного образца коленвала в единичном экземпляре для экспериментального изучения его свойств)
	Машинное обучение	Искусственный интеллект разрабатывает техническую и патентную документацию, которая бы соответствовала всем стандартам и требованиям.
	Блокчейн (Blockchain)	Систематизация. Приоритизация рисков на основе их влияния на проект ОКР и организацию в целом. Составление ранжированного списка рисков проекта.
Риски организации производства, риски технологической подготовки производства	3D принтинг (3D Printing)	Определение качества и технических характеристик производимой продукции, а также латентных особенностей (к примеру, новой модели электродвигателя, у которой обнаружилась повышенная устойчивость к трению подшипников).
	Машинное обучение	Управление технологическими и производственными процессами (к примеру, работа автоматического конвейера по сборке автомобилей)
	Большие данные (Big Data)	Организация производства нового вида продукции и вывод её на рынок (к примеру, нового электромобиля). Расчёт затрат на последующее производство и формирующие себестоимость единицы продукции.
	Блокчейн (Blockchain)	Разработка технологических операций, а также процессов (этапов) изготовления спроектированной продукции
	Нейросети	Обеспечение направленного снижения рисков за счёт оптимального управления и прогнозирования технологическими и организационно-методическими факторами воздействия с учётом ограничений по ресурсам
Риски на этапах роста производства и продаж продукции	3D принтинг (3D Printing)	Практическая проверка идеи усовершенствования серийного изделия и качества его проработки (визуализация малой партии улучшенной линейки изделия).
	Блокчейн (Blockchain)	График, в котором установлены временные рамки, согласно которым должна осуществляться систематизация процесса наращивания производственной мощности – недопущение потерь, связанных с необходимостью ввода новых производственных мощностей.
	Большие данные (Big Data)	Мониторинг и контроль рисков удержания необходимых темпов роста производства и продаж. Контроль за появлением на рынке аналогов созданного продукта.
	Нейросети	Недопущение маркетинговых ошибок – корректное определение запросов покупателей
	Машинное обучение	Анализ информации, выявление закономерностей в прогнозе продаж продукции, контроль за уровнем конкуренции.

Окончание табл. 1

Ключевые риски машиностроительных предприятий	Инструменты цифровизации	Содержание применения инструмента
1	2	3
Риски на этапе замедления производства и продаж	Большие данные (Big Data)	Факторы, связанные с износом оборудования. Удержание необходимых темпов производства и продаж.
	Нейросети	Решение задач снабжения, производства и сбыта, решение транспортных задач (компиляция различных вариантов действий, исходя из заданных условий).
	Имитационное моделирование	Моделирование текущей ситуации на производстве, чтобы понять, что будет с предприятием, если вводить новые производственные мощности (без применения сырьевых ресурсов и т.д.)
	Машинное обучение	Построение прогнозов по поводу снижения производственной мощности, управления предприятием в условиях замедления производства и продаж, удержания показателей в допустимых границах. Прогнозирование вероятности наступления стагнации в деятельности предприятия.
Риски на этапе зрелости	Блокчейн (Blockchain)	Систематизация этапов производства (визуализация этапности, отражение важности и срочности решаемых задач, указание возможности делегирования задач) с целью сохранения конкурентоспособности
	3D принтинг (3D Printing)	Оперативное низкозатратное производство образца продукции с более высокими техническими параметрами, чем у появившегося конкурента
	Большие данные (Big Data)	Стремление как можно дольше удерживать свои максимально достигнутые показатели объёма производства и продаж. Отслеживание залежавшегося товара на складе с целью его оперативной продажи.
	Машинное обучение	Разработка методического материала по устранению рисков постепенного устаревания продукции
	Нейросети	Выбор таких сценариев дальнейшего развития предприятия, при которых будут минимизированы риски, которые могут сократить продолжительность этапа зрелости.
Риски на этапе спада объёмов деятельности	Нейросети	Ускорение процесса прогнозирования на основе эффективного распознавания сигналов в целях мгновенного реагирования на них. Работа «на опережение» - построение множества вариантов действий.
	3D принтинг (3D Printing)	Визуализация образца двигателя на водородном топливе в связи с переходом на производство новой продукции, вызванным спадом объёмов деятельности.
	Большие данные (Big Data)	Мониторинг и раннее оповещение периода постепенного «отмирания» продукции и момента полного снятия её с производства. Факторы, учитывающие параметры деятельности сотрудников, контроль за выработкой.
	Имитационное моделирование	С целью определения, будут ли актуальны через 5,10,15 лет водородные двигатели, или рынок откажется от приобретения подобной продукции
	Машинное обучение	Переобучение сотрудников/перепрограммирование роботов на конвейере из-за изменения производства
	Блокчейн (Blockchain)	Систематизация этапов процесса снятия устаревшей продукции с производства (оптимизация управления по времени, к какому сроку какие процессы необходимо остановить или завершить).

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результаты исследования удалось представить в табличном виде, тем самым наглядно продемонстрировав, как конкретные цифровые инструменты, обозначенные в теоретической части исследования, «закрепляются» за ключевыми рисками машиностроительных предприятий. Кроме того, к каждому риску удалось подобрать до 6 различных инструментов цифровизации.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, по результатам исследования удалось «закрепить» цифровые инструменты за ключевыми рисками машиностроительных предприятий. Для промышленного предприятия представляется возможным выделить топ-3 наиболее часто встречающихся инструмента цифровизации:

1) Большие данные (Big Data);
2) Машинное обучение;
3) Блокчейн (Blockchain).

Актуальность данных инструментов цифровизации прежде всего определяется спецификой деятельности сферы промышленности, где особую роль играет применение массивов данных с целью более оперативного поиска необходимых параметров, к примеру, для осуществления аналитической деятельности (поиск остатков товаров на складах) или чтобы нивелировать налоговые риски благодаря наличию соответствующей базы данных и т.д.

С помощью машинного обучения искусственному интеллекту представляется возможным запоминать большие объёмы информации, строить прогнозы, воспроизводить готовые модели – «не нужно обучать человека человеком», что значительно экономит время и средства предприятия.

Блокчейн позволяет систематизировать, к примеру, технологический процесс (этапы) сборки техники на конвейере, моделировать цепочки по поиску заказчиков и контрагентов, визуализировать этапы производственного процесса и многое другое.

В совокупности применение данных инструментов способно создать синергетический эффект, способствующий не только снижению вероятности наступления рисковых событий на предприятии, но и цифровому развитию, а также повышению конкурентоспособности промышленного предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Никитина Ю. М. Характерные риски российских машиностроительных предприятий // Синергия наук. 2017. № 18. С. 396–401.

2. Соколов Д. В., Барчуков А. В. Базисная система риск-менеджмента организаций реального сектора экономики. М.: ИНФРА-М, 2020. 125 с.

3. Кусакин Л. А. Оценка интегральной рисковой напряженности предприятий машиностроения // Вопросы управления и экономики: современное состояние актуальных проблем. 2022. № 9-10 (57). С. 34–39.

4. Лонцих П. А., Кунаков Е. П., Коршунова Е. И., Ковригина И. В. Анализ цифровых технологий, применяемых в машиностроительной отрасли // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2018. № 9. С. 64–52.

УДК 657

ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРВИЧНОГО УЧЕТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ И ПУТИ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

А. А. Куценко

Омский Государственный Технический Университет, Омск, Россия

A. A. Kutsenko

Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация: Данная статья посвящена одному из важнейших вопрос в организации и ведении бухгалтерского учета на современном предприятии, а именно организации первичного учета, путей его совершенствования. Актуальность работы обусловлена тем, что в бухгалтерском учете любой организа-

ции, а именно хозяйственная операция должна оформляться документом, обращенным к нормам законодательства. В статье рассмотрены особенности функционирования системы первичного учета на предприятии.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, первичные документы, организация, затраты, хозяйственные операции, предпринимательство, организация, экономика

I. ВВЕДЕНИЕ

Обращаясь к нормам бухгалтерского законодательства любое предприятие, независимо от формы собственности обязано вести бухгалтерский учёт. В свою очередь бухгалтерский учёт ведется на основании первичных учётных документов.

Данные документы служат гарантией достоверности. Особое внимание должно быть уделено организации и дальнейшему совершенствованию первичного учета. Это позволяет осуществлять один из основных принципов бухгалтерского учета — сплошное и непрерывное наблюдение хозяйственного процесса. Однако в совершенствовании первичного учета не существует какого-то одного, универсального метода достижения цели, путей совершенствования.

Развитие предпринимательства сопровождается возрастанием роли бухгалтерской информации в сферах управления, контроля и анализа предпринимательской деятельности.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Основными задачами в организации первичного учета будут являться пути его совершенствования. Для дальнейшего достижения целей. В связи с этим важно рассмотреть такие темы как:

- поиск путей надлежащей организации первичного учета;
- проанализировать первичные учетные документы;
- рассмотрение важности первичных учетных документов;
- найти способы достижения эффективности первичного учета.
- учесть основные принципы бухгалтерского учета;
- исследовать теоретические основы первичного учета и документирования предприятий;

III. ТЕОРИЯ

Совершенствование системы управления неразрывно связано с совершенствованием бухгалтерского учета. Он позволяет контролировать и анализировать выполнение производственной программы предприятия, дает своевременную, достоверную и объективную информацию, необходимую для подготовки и принятия соответствующих управленческих решений. Это представляет собой информацию, исходящую из системы бухгалтерского учета, которая должна быть качественной, т.е. объективной, достоверной, своевременной, содержать минимальное количество показателей. Но максимально удовлетворять запросы различных служб предприятия.

Согласно принципу полноты бухгалтерский учет ведется непрерывно с момента организации предприятия до его ликвидации без каких-либо пропусков отражения деятельности. Бухгалтерское наблюдение носит непрерывный и сплошной характер.

Значение первичных документов на практике проявляется в том, что в них своевременно и правильно регистрируются все исполнительные и распорядительные действия персонала и руководства. Например, происходит отражение отпуска материальных ценностей со склада в производство, осуществляются выплаты из кассы денежных наличных средств и т. д.

Поиск путей надлежащей организации первичного учета может быть реализован по - разному. Один сценарий - когда вопросы первичного учета исследуются и решаются в процессе внедрения информационных технологий, иной подход требуется, когда разработки по первичному учету встраиваются в уже действующую систему информационных технологий. Этот, иной подход, требует больших усилий, чем первый не только при решении организационных, технических задач, но и в плане преодоления устоявшихся стереотипов. Поиск подходящей организации первичных счетов может быть достигнут различными способами. Один сценарий предполагает исследование и решение проблем первичного учета в момент внедрения информационных технологий, в то время как другой требует иного подхода, если развитие первичного учета должно быть интегрировано в существующую систему информационных технологий. Эти различные подходы требуют больших усилий, чем первый подход, не только в плане решения организационных и технических проблем но и в плане преодоления устоявшихся стереотипов.

Существует три направления улучшения первичного учета представленные в таблице 1., первый этап процесса первичного учета, который не предполагает капитальных затрат, может быть описан как оптимизация носителя первичной информации, и поэтому касается только конечного этапа процесса первичного учета, который многие рассматривают как составление первичных бухгалтерских документов. В российской бухгалтерской практике рационализация первичного учета началась именно с них.

Таблица 1

Систематизированный перечень направлений рациональной организации первичного учета



Также можно отметить, что теперь новый стандарт ФСБУ 14/2022 устанавливает требования к формированию информации о нематериальных активах организаций в бухучёте. В свою очередь, нематериальные активы являются одним из видов внеоборотных активов. У объектов, которые к ним относятся, нет материально-вещественной формы. Это отличает их от внеоборотных активов других видов.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Следовательно, результаты первичной документации имеют большое значение в различных секторах экономики. Важность первичных документов на практике проявляется в своевременном и точном отражении всех исполнительных и распорядительных действий сотрудников и руководства

Любая, каждая организация в соответствии с нормами бухгалтерского законодательства обязана вести бухгалтерский учет независимо от формы собственности. Бухгалтерский учет ведется с помощью первичных учетных документов, которые выступают гарантией достоверности данных. Каждый факт хозяйственной жизни отражается в регистрах бухгалтерского учета только на основе его регистрации в соответствующих документах, что позволяет осуществить сплошное и непрерывное наблюдение хозяйственного процесса.

Стоит отметить что, не существует какого-то одного, универсального метода достижения цели, а в нашем случаи путей организации совершенствования, так как нет одинаковых структурных подразделений предприятия. Соответственно в организации, в которых в масштабе один к одному применялись бы одни и те же схемы формирования первичных данных.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Можно сделать вывод по результатам указанным в статье, что эти три направления предваряют рациональную организацию первичного учета, являются возможными в отраслевых особенностей предприятий.

Они включают:

• унификацию и стандартизацию документов, регистров первичного учета;

• сокращение количества носителей за счет применения вместо однострочных документов накопительных и отказа от документирования во всех случаях, если последнее вызывается не потребностями учета, а перестраховкой;

• использование вместо обычных, бумажных носителей машинных (технических) носителей;

• сокращение количества вручную заполняемых реквизитов при регистрации данных первичного учета в носителях путем внесения справочных, таблично-справочных, нормативно-расценочных признаков за документ и сосредоточения их в базе данных.

Не смотря, на то, что не бывает идентичных предприятий, но к каждому можно подобрать организацию первичного бухгалтерского учета.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основной задачей системы вторичного учета должно быть обеспечение взаимосвязи всех компонентов системы первичного учета.

Вторичный учет - это полноценный компонент бухгалтерского и управленческого учета. Теория бухгалтерского учета представляет первичный учет как начальную стадию учетного процесса. Она включает в себя документирование и отслеживание операций, а также представление, обработку и перемещение оригиналов документов до их передачи в архив.

Элементом системы вторичного учета является организация процесса документирования. Как и в любой другой системе, создание и ведение графика документооборота является важным шагом в любом проекте оптимизации системы управления документами.

Поскольку при работе с документами, приобретенными у других компаний, часто происходят нарушения, необходимо провести ряд мероприятий для их предотвращения. Подводя итог, следует отметить, что соблюдение всех требований к оформлению фактов хозяйственной жизни, строгий порядок оформления документов, ответственность каждого лица, участвующего в подготовке основных бухгалтерских документов, и соблюдение графика документооборота способствуют поддержанию достоверности учетных данных, что влияет на сохранность имущества организации и является показателем эффективной управленческой деятельности. Также следует отметить, что выбор путей и способов достижения эффективности в первичном учете обусловлен внутри отраслевыми особенностями бухгалтерского учета. Речь идет не только о фактах этапов экономической жизни.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бондарь Е. Учет товаров в неторговых организациях // Бухгалтерское приложение к газете «Экономика и жизнь». 2002. Вып. 12. URL: https://base.garant.ru/5119697/ (дата обращения: 28.11.2022).

2. О бухгалтерском учете: Федер. закон Российской Федерации от 6 дек. 2011 г. № 402-ФЗ. М.: Ось-89, 2012. 36 с.

3. Бухгалтерская (финансовая) отчетность: учеб. / под ред. Ю. И. Сигидова, А. И. Трубилина. М.: ИНФРА-М, 2017. 340 с.

4. Бухгалтерский учет: основные документы. Профессиональные комментарии. М.: ИД ФБК-Пресс, 2000. 360 с.

5. Бухгалтерский финансовый учет: учеб. пособие / под ред. Ю. И. Сигидова, Г. Н. Ясменко. М.: ИНФРА-М, 2015. 367 с.

6. Еремина Н. В., Калашникова Е. В., Ветер В. И. Организация первичного учета в организациях и пути его совершенствования // Молодой ученый. 2020. № 1 (291). С. 86–88.

7. Ришар Ж. Бухгалтерский учет: теория и практика. М.: Финансы и статистика, 2000. 158 с.

8. Семенихин В. В. Документооборот и первичные документы в бухгалтерском учете. М.: Московская финансово-промышленная академия, 2012. 567 с.

9. Шевкопляс И. И., Алексеева Л. Ф. Организация первичного учета на предприятии и пути его совершенствования // Актуальные вопросы экономических наук. 2016. № 50-2. С. 149–153.

10. Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 27/2021 «Документы и документооборот в бухгалтерском учете»: приказ Минфина России от 16 апр. 2021 г. № 62н. URL: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400769659/ (дата обращения: 28.11.2022).

УДК 331.101.3

МОТИВАЦИЯ ТРУДА КАК СОВРЕМЕННЫЙ АСПЕКТ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Т. Н. Лисовая, Т. И. Горохова, Е. Н. Киселева
ОГАПОУ «Белгородский техникум общественного питания», г. Белгород, Россия

T. N. Lisovaya, T. I. Gorokhova, E. N. Kiseleva
OGAPOU "Belgorod Technical School of public catering", Belgorod, Russia

Аннотация. В статье рассматривается выявление и удовлетворение нематериальных потребностей работников, заинтересованность и удовлетворённость трудовой деятельностью, снижение затрат и повышение эффективности производства.

Ключевые слова: мотивация труда, материальные, нематериальные методы стимулирования.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях рыночных отношений основным мотивирующим фактором работников является желание иметь гарантированную заработную плату.

Как показывают исследования, на рынке труда появляются работники, обладающие достаточным профессионализмом и новым трудовым сознанием. Однако шансов найти хорошую работу у них немного из-за возрастного барьера или отсутствия рекомендаций.

Важнейшим элементом стратегии и тактики повышения эффективности деятельности предприятия является мотивация трудовой деятельности как целенаправленное воздействие на работника в целях изменения по заданным параметрам структуры ценностных ориентаций и интересов, формирование соответствующего мотивационного ядра и развитие на этой основе трудового потенциала.

Актуальность задачи мотивации заключается в чёткой разработке эффективной системы мотивации, которая зависит не только от повышения социальной и творческой активности конкретных сотрудников, но и конечные результаты деятельности организаций различных форм собственности.

Для влияния на поведение работника необходимо сначала выяснить, какая потребность в данный момент для него первостепенаая. Затем следует продемонстрировать сотруднику возможности организации в удовлетворении этой потребности. Важно отметить, что внимание работника может быстро переключиться с одной потребности на другую. Если администрация организации заинтересована в конкретном работнике, значит необходимо использовать адекватную его потребностям форму мотивации. Потребности человека определяются его местом в социальной структуре или ранее приобретённым опытом. Существует множество различий между людьми в отношении тех потребностей, которые для них важны. Что ещё более важно, так это то, что есть множество путей и способов удовлетворения потребности конкретного работника.

Повышая эффективность управления мотивацией персонала, надо удостовериться, что система мотивации действительно является системой, а отдельные её элементы не противоречат друг другу.

Следует отметить, что к формам мотивации относятся:

1. Заработная плата.

2. Система льгот внутри предприятия: премирование, доплаты за стаж, оплата проезда до работы и обратно, страхование здоровья и так далее.

3. Моральное поощрение подчиненных.

4. Повышение квалификационного уровня рабочих и продвижение по служебной лестнице.

5. Развитие доверительных взаимоотношений между коллегами, устранение психологических и административных барьеров.

Мотивация деятельности персонала является очень важным аспектом для любого руководителя, если он заинтересован в том, чтобы работники работали с наибольшей отдачей. А те, в свою очередь, имеют разные цели и видение работы в компании: одного интересуют только деньги, другого – карьера, третьего – иной аспект. А руководитель ломает голову, каким образом пробудить интерес у работников.

В условиях рыночных отношений и повышения конкуренции использование только материальных методов стимулирования приводит к снижению конкурентоспособности продукции и неудовлетворённости нематериальных потребностей персонала. Непринятие во внимание нематериальных потребностей может привести

к снижению заинтересованности работников в данной трудовой деятельности - и как следствие, к ухудшению качества работы и климата в коллективе, уходу работников из организации. Так, нематериальная мотивация содержит более широкий спектр методов:

1. Рост по карьерной лестнице. Работник старается работать лучше остальных, чтобы получить желаемое продвижение по должности, а это и увеличение вознаграждения, и другой статус.

2. Хорошая атмосфера в коллективе. Дружная сплоченная команда служит дополнительной мотивацией для эффективной производительности труда.

3. Трудоустройство и полный социальный пакет, согласно действующему Законодательству, являются значимым аспектом в поиске работы, а при ее получении хорошей мотивацией.

4. Организация культурных и спортивных мероприятий. Как правило, совместное времяпрепровождение всего коллектива способствует сплочению и хорошему рабочему микроклимату, а также дает прекрасную возможность для качественного отдыха и расслабления.

5. Престиж предприятия. Работа в компании, название которой у всех на слуху также послужит стимулом для продуктивного сотрудничества;

6. Возможность обучение за счет предприятия. Этот прекрасный шанс позволяет повысить уровень квалификации.

7. Одобрительное слово от руководителя. Похвала управляющего дорого стоит. Компании все еще используют в этих целях фактические доски почета и виртуальные на официальных сайтах предприятия.

Список можно пополнять и дальше. Но каждый руководитель все же подбирает методы, соответствующие бизнесу, чтобы с минимальными затратами добиться максимального успеха.

Выявление и удовлетворение нематериальных потребностей является мощным механизмом стимулирования работников, обеспечивающим высокий уровень их заинтересованности и удовлетворённости трудовой деятельностью, снижение затрат и повышение эффективности производства.

Таким образом, для успешного функционирования предприятия работник должен принять нормы, ценности организации, которые создают предпосылки для мотивации активной трудовой деятельности и формируют необходимое отношение к труду. Руководство предприятия должно систематически проводить опрос и анализ производственной и трудовой активности, вовлечённости в организацию, мотивационного потенциала, в основе которых заложены различные методы оценки (идентификации) мотивов деятельности, позволяющих осуществить переход от традиционных методов воздействия на трудовое поведение работников посредством материальных стимулов к новому типу мотивации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гусева Е. П. Менеджмент: учеб.-метод. комплекс. М.: Изд. центр ЕАОИ, 2008. 416 с.

2. Семенов А. К., Набоков В. И. Основы менеджмента: учеб. 5-е изд. перераб. и доп. М.: Дашков и К°, 2008. 556 с.

УДК 657.6

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ РАСЧЕТОВ ПО ЗАЕМНЫМ СРЕДСТВАМВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

М. В. Логвинова[1], **И. Ю. Федулова**[2]

[1]*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия*

[2]*Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I, Воронеж, Россия*

M. V. Logvinova[1], **I. Yu. Fedulova**[2]

[1]*Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia*

[2]*Voronezh State Agricultural University after the Emperor Peter the Great, Voronezh, Russia*

Аннотация. В работе рассмотрены проблемы использования заемных источников в рамках обеспечения устойчивого развития сельскохозяйственных организаций. Показана значимость внутреннего контроля за привлечением и использованием кредитов и займов. На основе анализа нормативных требований и существующих методических и практических подходов к формированию системы внутреннего

контроля разработан комплекс организационно-методических мероприятий, направленных на повышение эффективности внутреннего контроля расчетов по кредитам и займам в экономических субъектах аграрной отрасли. Определен возможный вариант распределения контрольных функций между сотрудниками организации. Сформирован план контрольных мероприятий, спроектирована форма акта инвентаризации заемных средств.

Ключевые слова: внутренний контроль, расчеты по кредитам и займам, эффективность внутреннего контроля.

I. ВВЕДЕНИЕ

Благодаря привлечению заемных средств экономические субъекты имеют возможность справиться с проблемой ограниченности финансовых ресурсов, минимизировать риск прекращения деятельности и продолжить функционировать даже в кризисных ситуациях или на стадиях спада экономики. Объем привлекаемых сельскохозяйственными организациями заемных средств в течение последних лет поступательно растет. Этому способствует программа льготного кредитования сельхозтоваропроизводителей. В этой связи вопросы совершенствования организации внутреннего контроля расчетов по кредитам и займам являются актуальными и требуют своего дальнейшего исследования.

Общие рекомендации по формированию внутреннего контроля и оценке его эффективности разработаны Минфином России [1]. Они должны быть адаптированы с учетом отраслевой специфики конкретного бизнеса.

Теоретико-методические и организационные аспекты внутреннего контроля исследуются российскими учеными и практиками. Проблемы идентификации внутреннего контроля, оценки его операционной эффективности, документарного обеспечения затрагиваются в научных работах И.С. Егоровой [2, 3], Е.И. Костюковой и А.В. Фролова [4]. Авторы указывают на отсутствие единых подходов к формированию системы внутреннего контроля, исследуют и предлагают вариантные способы оценки ее эффективности, а также формы рабочих документов по отражению контрольных процедур.

Анализу особенностей и задач внутреннего контроля и аудита в аграрной отрасли посвящены работы Р.А. Алборова, Л.И. Хоружий и С.М. Концевой [5], В.Г. Широбокова и Т.И. Логвиновой [6, 7], Л.И. Хоружий и В.М. Баутина [8].

В научных публикациях Т.И. Логвиновой [9] и Г.Я. Остаева [10] приводятся рекомендации по организации и оценке внутреннего контроля расчетов по кредитам и займам в сельском хозяйстве, разработаны перечни тестовых вопросов.

Однако, в рассмотренных научных разработках не полно исследованы организационные аспекты процесса внутреннего контроля заемных средств в экономических субъектах аграрной сферы.

Специфика аграрной отрасли, в том числе процесса ее кредитования, обуславливает необходимость более детального исследования этого направления внутреннего контроля.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью научного исследования является разработка комплекса организационно-методических мероприятий, направленных на повышение эффективности внутреннего контроля расчетов по кредитам и займам в экономических субъектах аграрной отрасли.

Для достижения поставленной цели определены задачи исследования:

- сформировать план контрольных мероприятий за расчетами по заемным средствам,
- разработать возможный вариант распределения контрольных функций между сотрудниками организации,
- спроектировать форму акта инвентаризации заемных средств,
- определить содержание отчета о заемных средствах для целей управленческого анализа.

Для проведения исследования использовались сведения об организации внутреннего контроля, полученные в процессе опроса сотрудников, изучения локальных нормативных актов и наблюдения в сельскохозяйственных организациях Воронежской области. Исходя из этого определялись наиболее рациональные подходы к совершенствованию внутреннего контроля заемных средств.

Анализ существующих подходов к организации внутреннего контроля и их совершенствование с учетом особенностей аграрного бизнеса осуществлялись на основе обобщения и развития научных исследований отечественных ученых и нормативных актов, регулирующих вопросы внутреннего контроля.

III. ТЕОРИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Совершенствование внутреннего контроля расчетов по кредитам и займам необходимо начинать с четкой формализации его задач. Систематизация научной литературы по теме исследования [5, 6, 9, 10] позволила выделить следующие задачи внутреннего контроля расчетов по заемным средствам:

- контроль за выбором кредитных организаций и заимодавцев, наиболее выгодных с точки зрения условий кредитования;
- контроль за правильностью определения потребности в заемных средствах;
- контроль за своевременным и полным поступлением и погашением заемных средств и их целевым использованием;
- контроль за правильностью расчета и своевременностью уплаты процентов и дополнительных расходов по кредитам и займам;
- контроль за правильностью отражения в учете и раскрытия в отчетности информации о заемных средствах.

Для эффективной реализации указанных задач необходимо распределить и документально (в должностных инструкциях) закрепить функции внутреннего контроля между сотрудниками организации: определить, кто отвечает за расчет потребности в заемных средствах, выбор источников заемных средств, анализ и оценку эффективности кредитования, контроль за целевым использованием, своевременным погашением обязательств, точностью расчета процентов и дополнительных расходов, полнотой и своевременностью отражения в учете, точностью раскрытия сведений в бухгалтерской отчетности. Возможный вариант распределения контрольных функций между сотрудниками крупной сельскохозяйственной организации приведен в таблице 1.

Таблица 1

Распределение контрольных функций за расчетами по заемным средствам между сотрудниками организации

Должность сотрудника	Выполняемая функция, в т.ч. контрольная
Директор организации	- анализ и согласование потребности в заемных средствах, - анализ цели и условий кредитования, - подписание кредитных договоров и договоров займа, контроль за их содержанием, - контроль полноты поступления заемных средств и своевременности их погашения по данным финансового отдела.
Заместитель директора	- согласование с Департаментом аграрной политики области объемов льготного кредитования, - контроль условий льготного кредитования
Руководитель финансового отдела	- анализ и оценка (расчет) потребности в заемных средствах, - анализ предлагаемых условий кредитования, - контроль формирование заявок на кредиты в обслуживающие банки, - контроль формирование заявок на льготные кредиты для согласования с Департаментом аграрной политики области, - контроль состава и стоимости имущества, передаваемого в залог по кредитам, - контроль целевого использования заемных средств, - контроль сроков погашения кредитов и займов и уплаты процентов по ним.
Экономист	- формирование заявок на кредиты в обслуживающие банки, - формирование заявок на льготные кредиты для согласования с Департаментом аграрной политики области (края), - формирование информации для директора о поступивших и погашенных заемных средствах, - формирование информации о заемных средствах для бухгалтерского отдела - контроль за наступлением срока переквалификации долгосрочной задолженности по заемным средствам в состав краткосрочной

Окончание табл. 1

Должность сотрудника	Выполняемая функция, в т.ч. контрольная
Главный бухгалтер	- контроль точности отражения в учете сумм полученных и погашенных заемных средств, - контроль сумм начисленных и уплаченных процентов по заемным средствам путем сверки с данными финансового отдела, - контроль полноты раскрытия информации о заемных средствах в бухгалтерской (финансовой) отчетности, - контроль точности переквалификации долгосрочной задолженности по заемным средствам в состав краткосрочной в бухгалтерской отчетности
Заместитель главного бухгалтера	- сверка расчетов с банками, предоставившими кредит, и организациями, предоставившими займы, - переквалификация долгосрочной задолженности по заемным средствам в состав краткосрочной на бухгалтерских счетах и в отчетности, - инвентаризация расчетов по заемным средствам

Источник: составлено авторами.

В целях организации систематического контроля за расчетами по заемным обязательствам необходимо разработать план контрольных мероприятий и определить периодичность их выполнения. Возможный вариант плана контрольных мероприятий приведен в таблице 2. Контроль за выполнением запланированных мероприятий должен осуществляться со стороны главного бухгалтера и руководителя финансового отдела.

Таблица 2

Рекомендуемый план контрольных мероприятий за расчетами по заемным средствам

Состав контрольных процедур	Сроки проведения
Контроль точности расчета потребности в заемных средствах	Ежеквартально
Контроль полноты поступления заемных средств	По факту заключения кредитного договора, договора займа и поступления выписок с банковских счетов
Контроль целевого использования заемных средств	По факту поступления выписок с банковских счетов
Контроль своевременности погашения заемных средств	Ежемесячно на основании платежного календаря
Контроль за правильностью начисления процентов	Ежемесячно
Контроль полноты и своевременности уплаты процентов	Ежемесячно
Сверка расчетов с банками, выдавшими кредит	В конце отчетного года
Сверка расчетов с организациями, предоставившими займы	Ежеквартально
Инвентаризация расчетов по кредитам и займам	В конце отчетного года
Контроль правильности отражения в учете расчетов по кредитам и займам, расходов по их обслуживанию	Ежемесячно
Контроль за переквалификацией долгосрочной задолженности в краткосрочную	Ежемесячно
Контроль полноты и точности раскрытия информации о кредитах и займах в бухгалтерской (финансовой) отчетности, в т.ч. в отраслевых отчетных формах	При составлении отчетности

Источник: составлено авторами.

Для того, чтобы обеспечить точность данных о задолженности по кредитам и займам в бухгалтерской (финансовой) отчетности, выявлять просроченную или безнадежную задолженность необходимо регулярно проводить сверку расчетов по кредитам и займам и инвентаризацию долговых обязательств.

Сельскохозяйственные организации в течение года заключают большое количество договоров займа и кредита на значительные суммы. Исходя из этого, необходимо осуществлять сверку расчетов по всем непогашенным суммам задолженностей.

Для отражения результатов инвентаризации расчетов по кредитам и займам рекомендовано разработать и применять форму внутреннего документа – акт инвентаризации заемных средств. Рекомендуемая форма акта приведена на рис. 1.

Рекомендуемая форма

		Код
Организация *ООО «.....»*	по ОКПО	*01503401*
Основание для проведения инвентаризации: приказ, распоряжение	номер	*12*
(нужное подчеркнуть)	дата	*25.12.2022*

	Номер документа	Дата составления
АКТ	4	30.12.2022 г.

инвентаризации заемных средств

Акт составлен комиссией о том, что по состоянию на *«30» декабря 2022 г.*

Проведена инвентаризация заемных средств, учитываемых на балансовых счетах 66 и 67.
При инвентаризации установлено следующее:

Название кредитора, займодавца	Основание (договор, соглашение)	Сумма по данным бухгалтерского учета, руб. коп.			Сумма по данным кредитора, займодавца, руб. коп.		Документ подтверждения задолженности
		Счет учета	в том числе		в том числе		
			Основной долг	Начисленные проценты	Основной долг	Начисленные проценты	
1	2	3	4	5	6	7	8
ПАО Сбербанк	4005/5619 от 12.06.2022 г.	66.01	10 000 000	75 000	10 000 000	75 000	Акт сверки
ООО ЭкоНива-АПК Черноземье	3/51 от 05.07.2019 г.	67.03	63 000 000	1 247 000	63 000 000	1 247 000	Акт сверки
Итого			83 000 000	1 322 00	83 000 000	1 322 00	

Все подсчеты итогов по строкам, страницам и в целом по акту инвентаризации проверены.
Состав комиссии
Председатель комиссии _____ _____ _____
(должность) (подпись) (расшифровка подписи)
Члены комиссии _____ _____ _____
(должность) (подпись) (расшифровка подписи)
_____ _____ _____
(должность) (подпись) (расшифровка подписи)

Рис. 1. Рекомендуемая форма акта инвентаризации обязательств по заемным средствам

Проведение инвентаризации задолженностей по каждому кредитору и заимодавцу является эффективным средством контроля за достоверностью сумм кредиторской задолженности по заемным средствам, отражаемым в бухгалтерской отчетности.

Для контроля за своевременным погашением заемных средств и процентов по ним можно использовать формы внутренней отчетности для управленческих целей.

Данные аналитического учета ряда крупных сельскохозяйственных организаций свидетельствуют, что ими ежегодно заключается до 15–20 кредитных договоров и (или) договоров займа. Кроме того, на текущий год переходит задолженность прошлых лет. Необходимость оперативного анализа информации по этим расчетам обуславливает потребность в управленческих формах отчетности по заемным средствам. Содержание таких отчетов можно проектировать исходя из информационных запросов руководства.

Формировать управленческую отчетность следует ежемесячно по данным аналитического учета. Обязанность возложить на заместителя главного бухгалтера. Например, возможно в отчете по каждому кредитору и кредитному договору и договору займа отражать сумму полученных заемных средств, срок возврата заемных средств по договору, фактических срок и сумму погашенных заемных средств, сумму просроченной задолженности по кредитам и займам, процентную ставку, сумму начисленных, уплаченных и просроченных процентов.

Такие отчеты обеспечат руководству возможность систематического контроля за целевым и рациональным использованием заемных средств, предоставят информацию для принятия управленческих решений по переоформлению кредитов и займов при их просрочке или досрочному погашению; позволят контролировать своевременность погашения кредиторской задолженности.

IV. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В процессе исследования дополнены и детализированы отдельные элементы организационно-методического обеспечения процесса внутреннего контроля расчетов по заемным средствам в сельскохозяйственных организациях с учетом практики их деятельности.

В отличие от методических разработок, предлагаемых другими учеными [2; 5; 9], за основу для рекомендаций по совершенствованию были выбраны «узкие места» в системе контроля, выявленные при изучении контрольной практики в отдельных сельскохозяйственных организациях. На основе анализа всего комплекса операций по циклу кредитования сельхозтоваропроизводителей разработан план контрольных мероприятий и периодичность их проведения. Он охватывает весь перечень анализируемых операций: от планирования потребности в заемных средствах до их погашения и отражения информации в отчетности.

Изучение фактического подхода к распределению контрольных функций за расчетами по заемным средствам между сотрудниками в нескольких сельскохозяйственных организациях позволило сформировать усовершенствованный вариант их распределения. В отличие от существующих на практике схем распределения должностных обязанностей, он исключает дублирование одних и тех же контрольных функций разными сотрудниками.

В качестве документального обеспечения контрольных процедур за сроками погашения задолженности по заемным средствам, достоверностью информации в отчетных формах разработана форма акта инвентаризации обязательств по заемным средствам и рекомендовано содержание внутренней отчетности о расчетах по кредитам и займам. По данным такого отчета, наряду с контролем сроков погашения кредитов и займов, можно проводить оперативный анализ экономической эффективности заемных средств.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для эффективной организации внутреннего контроля расчетов по заемным средствам в сельскохозяйственных организациях необходимы детальные практические рекомендации, отражающие не только общие, но и конкретные аспекты осуществления контрольных процедур. Сформированные схема распределения контрольных функций между сотрудниками, план контрольных мероприятий и разработанные акт инвентаризации и внутренний отчет по заемным средствам могут быть использованы в качестве основы для разработки локальных нормативных актов по организации и осуществлению внутреннего контроля в хозяйствующих субъектах аграрной сферы.

В целом, реализация рекомендуемых контрольных процедур и форм разработанных документов в практической деятельности сельскохозяйственных организаций будет способствовать эффективному использованию заемных средств, предупреждению просроченной задолженности, достоверному отражению информации в кредитах и займах в бухгалтерской (финансовой) отчетности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности: информация Минфина России № ПЗ-11/2013. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156407/ (дата обращения: 28.11.2022).

2. Егорова И. С. Внутренний корпоративный контроль: некоторые вопросы идентификации, организации и методики // Аудитор. 2020. Т. 6, № 5. С. 8–22. DOI: 10.12737/1998-0701-2020-8-22.

3. Егорова И. С. Организация внутреннего контроля согласно элементам, рекомендованным Минфином РФ // Аудитор. 2014. № 9 (235). С. 31–43.

4. Костюкова Е. И., Фролов А. В., Романенко А. В. Проблемы внутреннего контроля в управлении малым и средним бизнесом// Известия Тимирязевской сельскохозяйственной академии. 2020. № 4. С. 104–112. DOI 10.26897/0021-342X-2020-4-104-112.

5. Алборов Р. А., Хоружий Л. И., Концевая С. М., Концевой Г. Р. Учетно-контрольное обеспечение управления расчетами по займам и кредитам // Бухучет в сельском хозяйстве. 2020. № 4. С. 36–47.

6. Logvinova T. I., Dyachenko E. Yu., Gorlova N. A. [et al.]. Auditing the Settlements of Loan Liabilities in Accordance with International Standards: Methodological Approach // The Challenge of Sustainability in Agricultural Systems. Heidelberg: Springer International Publishing, 2021. P. 351–360. DOI 10.1007/978-3-030-72110-7_37.

7. Shirobokov V. G., Logvinova T. I., Pavlyuchenko T. N. [et al.]. Audit of Accounting Estimates as a Tool for Sustainable Development of Agricultural Organizations in a Digital Economy // Digital Technologies and Institutions for Sustainable Development. Cham, Switzerland: Springer, 2022. P. 235–240. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-031-04289-8_40 (дата обращения: 28.11.2022).

8. Khoruzhy L. I., Bautin V. M., Katkov Y. N. [et al.]. (2018) Adaptive internal controls system for the accounting and analytics in the agrarian organizations // Espacios. 2018. Vol. 39 (47). URL: http://www.revistaespacios.com/a18v39n47/a18v39n47p19.pdf (дата обращения: 28.11.2022).

9. Логвинова Т. И. Внутренний контроль за расчетами по кредитам и займам в сельскохозяйственных организациях // Бухучет в сельском хозяйстве. 2011. № 2. С. 41–45.

10. Остаев Г. Я. Методика контроля и ревизии кредитов и займов в сельскохозяйственных организациях // Международный бухгалтерский учет. 2015. № 5 (347). С. 38–50.

УДК 006.037:640.4

КОРПОРАТИВНЫЕ СТАНДАРТЫ КАК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В СФЕРЕ СЕРВИСА

Т. О. Маламыжева

Омский государственный технический университет, Омск, Россия

T. O. Malamyzheva

Omsk state technical university, Omsk, Russia

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы формирования корпоративных стандартов в рамках с развития сферы сервиса и конкурентного рынка для сервисных компаний в России. В исследовании применены методы анализа и синтеза, а также индукции и дедукции для получения частных и общих выводов исходя из изученной информации. В статье уточнен термин «корпоративные стандарты», проанализированы цели, задачи и функции, которые реализуются через систему корпоративных стандартов. Сделан вывод об основополагающей роли корпоративных стандартов в формировании конкурентоспособности компаний в сфере сервиса.

Ключевые слова: корпоративные стандарты, стандарт организации, сервис, конкурентоспособность.

I. ВВЕДЕНИЕ

Конкурентоспособность организации сервиса на рынке определяется множеством факторов: известностью, масштабом организации, уровнем квалификации ее сотрудников, качеством и скоростью оказания услуг клиентам сотрудниками данной организации. Для оценки уровня конкурентоспособности компании необходимо сформировать рейтинговую систему, в которой организации сервиса будут распределены соответственно значению того или иного рейтингового показателя. Также необходимо оценить значимость каждого из показателей-факторов, главным из которых в данной исследовательской работе будут корпоративные стандарты.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данной исследовательской работы является определение влияния корпоративных стандартов на уровень конкурентоспособности организаций сервиса на рынке.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Дать уточнённое определение термина «корпоративный стандарт».
2. Определить цели, задачи и функции корпоративных стандартов.
3. Выделить виды корпоративных стандартов.

4. Проанализировать влияние стандартов на уровень качества оказываемых услуг.

5. Определить факторы, влияющие на конкурентоспособность сервисных организаций.

6. Определить влияния корпоративных стандартов на уровень конкурентоспособности организации сервиса на рынке.

III. ТЕОРИЯ

Стандарты обслуживания являются одним из общепризнанных инструментов управления качеством оказываемых услуг в сфере сервиса. Данные стандарты часто называют корпоративными стандартами сервиса. Официально в России данная категория стандартов определена как стандарт организации.

Стандарт организации – документ по стандартизации, утвержденный юридическим лицом, в том числе государственной корпорацией, саморегулируемой организацией, а также индивидуальным предпринимателем для совершенствования производства и обеспечения качества продукции, выполнения работ, оказания услуг.

Таким образом можно сказать, что стандарты организации или корпоративные стандарты – это определенные нормы, свод правил в организации, определяющие уровень оказания услуг, методы и нормы общения с клиентами, регламенты поведения и внешнего вида сотрудников. Основной целью разработки подобных стандартов является повышение качества оказания услуг клиентам. Корпоративные стандарты по обслуживанию клиентов направлены на решение следующих задач.

1. Регламентация технологии обслуживания.
2. Соблюдение единых правил обслуживания, оказания услуг.
3. Регламентация эксплуатации оборудования, используемого на предприятии сервиса для оказания услуг.
4. Снижение числа ошибок сотрудников.
5. Наличие четких критериев оценки сотрудников.
6. Сужение круга задач, нуждающихся в ручном управлении.

Такое разделение задач, решаемых стандартами, дает нам возможность разделить все корпоративные стандарты на стандарты обслуживания и стандарты эксплуатации оборудования. Выполнение данных стандартов помогает повысить уровень оказания услуг, применить единую систему оценки уровня квалификации и эффективности деятельности сотрудника.

Для определения степени влияния корпоративных стандартов на уровень конкурентоспособности компании, необходимо определить систему факторов, формирующих её конкурентоспособность. В данную систему можно включить такие факторы как:

1. Масштаб деятельности компании (представительства на рынке).
2. Уровень удовлетворенности клиентов качеством оказываемых услуг.
3. Уровень квалификации сотрудников организации.
4. Длительность присутствия компании на рынке.
5. Известность и репутация бизнес-партнеров данной организации.

Эти факторы являются основными и в значительной степени формируют уровень конкурентоспособности организации. Однако все они обуславливаются иными факторами, одним из которых являются корпоративные стандарты.

Основным критерием конкурентоспособности, на который влияют корпоративные стандарты, является уровень удовлетворенности клиентов качеством оказания услуг. Для того, чтобы клиент был максимально доволен оказанной ему услугой, она должна соответствовать лучшим ожиданиям клиента. Также должен быть обеспечен высокий уровень обстоятельств, сопутствующих оказанию услуги: знакомство с клиентом, представление полного перечня услуг или подробное знакомство с конкретной услугой, общение с клиентом на протяжении оказания услуги, микроклимат в организации/помещении для создания комфортных условий клиенту.

Для разработки корпоративных стандартов обслуживания клиентов используются общие федеральные стандарты или иные различные технические стандарты, СНиПы, ГОСТы и т.д.

Для сферы гостиничного сервиса можно выделить следующие общие стандарты и регламенты:

1. СНиП II-Л.17-65 – описаны нормы проектирования гостиниц.

2. ГОСТ Р 51185-2014 – описаны общие требования к средствам размещения различных видов, предназначенных для временного проживания туристов.

3. ГОСТ 30494-2011 – содержит информацию о зданиях жилых и общественных, параметрах микроклимата в помещениях.

Однако данные нормы регулируют не качество оказания услуги, а условия ее оказания, они регулируют отрасль в целом, но не вопрос качества. Так, например, в ГОСТе Р 51185-2014 определены термины и определения размещения клиентов, различных видов временного проживания (гостиницы, отеля, общежития и т.д.), установлены общие требования к средствам размещения. В частности, в п. 5.1. сказано, что средства размещения должны соответствовать требованиям нормативных правовых актов Российской Федерации, нормативных документов федеральных органов исполнительной власти.

На примере пункта 5.1. видно, что ГОСТы регламентируют исключительно общие положения в сфере. Таким образом, это лишь общепринятая минимальная норма, а основные критерии, регламенты оказания качественной услуги, уровень качества оказываемых услуг устанавливает сама организация.

Как правило, в стандартах организации прописываются следующие регламенты и стандарты:

1. Внешний вид фронт-офиса – включает в себя требования к внешнему виду сотрудников, их форме одежды, прическе.

2. Организация рабочего пространства – оформление офиса, цвет и формат интерьера, офисной мебели, набор предметов на рабочем столе сотрудников.

3. Общение с клиентами – в них прописаны речевые стандарты, этика общения и поведения клиентами в различных ситуациях, в том числе конфликтных.

4. Общение между сотрудниками – включает в себя регламент общение между сотрудниками, распределение зон ответственности между ними.

5. Обучение и повышение уровня квалификации сотрудников – участие в корпоративных и профессиональных мероприятиях, прохождение курсов повышения квалификации или переквалификации.

Организация рабочего пространства влияет и на работоспособность сотрудников, и на впечатление клиентов об организации: чистые, светлые цвета в интерьере, качественная отделка, наличие необходимой мебели в комнате ожидания для клиентов. Также на мнение клиентов об организации очень сильно влияют внешний вид сотрудников и этика общения сотрудника с клиентами: когда сотрудники одеты в унифицированную форму организации с опознавательными знаками или символами, у всех есть бейджики, все сотрудники вежливо общаются как с клиентами, так и между собой, налажен четкий алгоритм общения с клиентом и оказания услуги, это все оказывает положительное влияние на мнение клиента об организации, сотрудниках, помогает клиенту легко ориентироваться, четко знать к кому, как и с каким вопросом можно обратиться. Поддержание организации рабочего пространства на высоком уровне, внешнего вида сотрудников, соблюдение регламента коммуникации между сотрудниками и клиентами повышает качество оказания услуг, уровень восприятия услуг клиентом, выстраивает в сознании клиента высокое мнение об организации, ее сотрудниках, качестве всех процессов. Таким образом, компания приобретает в глазах клиента определенную ценность и доверие.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

По результатам исследования корпоративных и федеральных стандартов в сфере сервиса можно сделать вывод о том, что именно корпоративные стандарты оказывает основополагающее влияние на уровень качества оказываемых услуг и, соответственно, уровень удовлетворенности клиентов оказанными услугами. В свою очередь, как было определено ранее, мнение клиента об организации оказывает большое влияние на формирование уровня конкурентоспособности организации, т.к. высокий уровень удовлетворенности клиента услугами, влияет на позиции предприятия на рынке, на популярность организации, через «сарафанное радио» или распространение мнения через социальные сети, также это косвенно влияет на длительность присутствия компании на рынке. Кроме того, корпоративные стандарты напрямую влияют на уровень квалификации сотрудников.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, мы приходим к выводу о том, что стандарты организации оказывают важнейшее влияние на формирование уровня конкурентоспособности предприятия сферы сервиса, т.к. укрепляют его позиции на рынке и обеспечивают перманентный приток клиентов. Это, в свою очередь, дает возможность дольше оставаться на рынке и работать с более известными и авторитетными партнерами, и далее повышать свою конкурентоспособность, завоевывая новые позиции на рынке.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Автор благодарит научного руководителя к.э.н., доцента Глущенко Марину Евгеньевну, за помощь в редактировании статьи, за предложения и замечания к предварительным версиям статьи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ефремова М. В., Чкалова О. В., Ефремов А. С. Корпоративные стандарты как инструмент управления качеством обслуживания в сфере гостеприимства // Экономический анализ: теория и практика. 2018. Т. 17, № 11 (482). С. 2131–2146. DOI 10.24891/ea.17.11.2131.

2. СНиП II-Л.17-65. Строительные нормы и правила. Часть II, раздел Л, гл. 17. Гостиницы. Нормы проектирования. Введ. 1966-01-01. URL: https://ohranatruda.ru/upload/iblock/9fc/4293834638.pdf (дата обращения: 28.11.2022).

3. ГОСТ 30494-2011. Здания жилые и общественные. Параметры микроклимата в помещениях. Введ. 2013-01-01. URL: https://internet-law.ru/gosts/gost/52219 (дата обращения: 28.11.2022).

4. ГОСТ Р 51185-2014. Туристские услуги средства размещения. Общие требования: нац. стандарт. Введ. 2016-01-01. URL: https://internet-law.ru/gosts/gost/52219 (дата обращения: 28.11.2022).

УДК 005.962.11

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ – ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ВРЕМЕНЕМ

Ю. А. Мамаева, О. В. Севастьянова

Крымский Федеральный Университет им. В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

Yu. A. Mamayeva, O. V. Sevastyanova

V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

Аннотация. Статья посвящена изучению тайм-менеджмента как важнейшего инструмента управления временем работников организации. Показана зависимость результативность труда работников от практического применения методов тайм-менеджмента в своей деятельности. По результатам исследования даны практические рекомендации по эффективному управлению временем.

Ключевые слова: время, ресурсы, управление, результативность, тайм-менеджмент.

I. ВВВЕДЕНИЕ

Каждый работник предприятия должен планировать свое рабочее время, так чтобы достичь оптимальных результатов производительности труда. Без тайм-менеджмента работники чаще подвержены стрессу, у них в значительной степени снижается умственная работоспособность, повышается эмоциональная и физическая усталость.

Практически большинству работников свойственно брать на себя больше задач, чем они способны выполнить, что зачастую приводит к стрессу и эмоциональному выгоранию. Делегирование полномочий не означает, что работники убегают от своих обязанностей – это в первую очередь говорит о том, что работник знает, как правильно управлять своим временем.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель исследования – изучить особенности тайм-менеджмента.

Задачи исследования:

- определить теоретические аспекты тайм-менеджмента;
- проанализировать эффективность применения инструментов тайм менеджмента на конкретном примере;
- сделать предложения по оптимизации.

III. ТЕОРИЯ

Марк Гобе, являющийся одним из успешных консультантов брэндинга, считает, что «время становится дороже денег», и с ним нельзя не согласиться [6]. Закон Парето гласит, что всего лишь 20% прилагаемых усилий приводят к результату, равному 80%. Соответственно, рабочее время нужно организовать так, чтобы сотрудники использовали свой потенциал по максимуму именно на эти 20% мероприятий.

В современном обществе время играет неоспоримо важную роль, поэтому тайм-менеджмент особое место занимает в деятельности руководителя организации. Тайм-менеджмент развивает самодисциплину у руководителя и способствует формированию его положительного авторитета в глазах сотрудников, а также способствует формированию «совокупности общеустановленных в организации концепций и подходов к постановке дела, к формам взаимоотношений и к результатам деятельности, которые выделяют организацию от других», то есть корпоративной культуры.

Грамотный подход к управлению временем позволяет акцентировать внимание на решении задач стратегического назначения. На сегодняшний день происходят изменения в области понимания тайм-менеджмента. Традиционно существовала такая установка, что данный инструмент является составляющей общего менеджмента. Однако в силу глобальных изменений в данном направлении происходит становление тайм-менеджмента как одной из самостоятельных дисциплин в сфере управления [3].

В современном мире самым дорогим и ценным ресурсом является время, которое уже давно стало объектом исследования ученых. Они пытались применить различные подходы и инструменты, чтобы понять, как же можно управлять данным ресурсом. По результатам всех испытаний они пришли к выводу, что самым актуальным методом, который позволяет управлять временем, является тайм-менеджмент. Термин «тайм-менеджмент» происходит от английского «timemanagement», что в переводе означает «управление временем».

Одним из эффективных инструментов тайм-менеджмента является хронометраж, который позволяет определить «фактические затраты времени на выполнение элементов трудового процесса» [1]. Чаще всего его применяют, когда деятельность носит циклический характер, и на время выполнения и результативность влияют всегда одни и те же факторы. При использовании данного вида наблюдения можно выявить только лишь действия, которые являются составляющими текущей работы. Для проведения хронометража выбираются фиксажные точки наблюдения относительно всех выполняемых действий. Такие точки выявляют начало и конец операций. К ним относят: начало движения механизма, звук удара при выемке детали, движение работника от одного используемого оборудования к другому и т.д.

Следует отметить, что для того, чтобы успешно провести процесс наблюдения, нужно донести до работника соответствующую информацию, доступно рассказав о целесообразности мероприятия и процессе прохождения, а также проверить условия труда на их соответствие нормам. Инструмент, применяемый при проведении хронометража - электронный секундомер. И хорошо, если он будет иметь свойство сохранения результатов, так как это упростит процесс занесения данных в таблицу. Документ, требующийся для проведения данного вида наблюдения - карта хронометража рабочего времени. Она содержит все технологические операции и точки начала и конца действий.

По итогу проведения операции анализируются следующие данные: коэффициент устойчивости хронопряда, расчет средней величины по каждому элементу операции и, в дальнейшем, происходит суммирование результатов замеров. Далее определяется ряд факторов, влияющих на продолжительность трудовых операций и определяются нормы труда, а также составляются рекомендации повышения производительности и скорости выполнения действий сотрудников. Полученные по результатам анализа данные сравниваются с нормативными. «Если фактический коэффициент меньше или равен нормативному, то наблюдение качественное. Если же наоборот, то следует исключить одно или оба крайних значений (при условии, что они не повторяются более 1 раза). После устранения крайних значений нужно снова рассчитать коэффициент устойчивости. Если и в этом случае наблюдение окажется некачественным, то его необходимо повторить с самого начала. Еще раз исключать крайнее значение нельзя» [3] .

Архангельский Г.А. считает, что хронометраж - не что иное, как персональная система, которая предназначена для учета временных затрат, необходимых для выполнения рабочих задач, осуществляемая в виде отображения в письменном виде данных, используемых для проведения исследования и осуществления ряда корректирующих мероприятий [2].

Эксперт считает, что можно провести как полное исследование, так и сокращенное.

Полная техника проведения хронометража предполагает составление заметок осуществляемых видов работ, максимальная длительность которых не превышает пятнадцати минут, в течение нескольких дней. По итогу отслеживают изменения выбранных главных показателей, количество которых не должно превышать трех. Сокращенная техника базируется на том, что уже прививается чувство времени и формируется обычай вести его учет на протяжении исследуемого периода.

Если клиенты или работодатель не могут положиться на сотрудника в своевременном выполнении задач, это негативно сказывается на их ожиданиях и восприятии его. Если клиент не может рассчитывать на то, что что-то будет сделано вовремя, он, скорее всего, перенесет свою потребность в другое место.

Происходит анализ и дальнейшая корректировка важнейших показателей, число которых также не должно быть больше трех.

Далее рассмотрим, что представляет собой изучение временных затрат на рабочем месте путем использования фотографии рабочего времени (ФРВ). ФРВ предусматривает заранее установленные формы/таблицы/протоколы. Этот способ регламентирован определенными документами с подписью ответственных лиц. Назначает такую процедуру руководитель организации. Для оптимизации времени его может провести как сам персонал, так и менеджер по управлению персоналом. ФРВ предполагает фиксацию результатов, что позволяет отследить продуктивность сотрудников.

Ведется запись абсолютно всех затрат времени рабочего за полную смену или ее часть. Суть ФРВ состоит в том, чтобы выявить «утечки» времени, определить их причины и провести полноценный анализ, позволяющий разработать мероприятия по совершенствованию управления временем.

Реализация метода фотографии рабочего дня осуществляется в несколько этапов, которые завершаются оценкой полученных результатов. Процедура происходит по текущему времени. Время начала и окончания всех действий, связанных с выполнением задач, а также время на отдых отображаются в наблюдательном листке.

Таким образом, тайм-менеджмент зачастую многие приравнивают к строгому планированию и распределению времени буквально по минутам.

Однако, как в управлении временем при взаимодействии команды, так и в личном тайм-менеджменте, гибкость - самая важная характеристика плана, так как ни один управленец не может с точностью предсказать, какой будет завтра внешняя среда. Поэтому любые действия следует прописывать таким образом, который позволит их с легкостью корректировать.

Весь коллектив должен представлять собой единый организм, который посредством выполнения производственных задач стремится к определенной единой цели организации в четко установленный срок.

Приоритизированность. Данный элемент оценивает степень занятости сотрудника, а также показывает, какое время отводится на задачи, определенные как приоритетные.

Реализуемая лично или в команде с другими сотрудниками задача, как правило, всегда дает какой-либо результат, но есть два варианта развития событий: действия помогают организации дальше развиваться и создают возможности для результатов в будущем, или же они носят либо «нейтральный» результат, либо же вовсе негативный.

Своевременность. В данном случае анализируется насколько вовремя выполняются поставленные перед сотрудниками задачи и проекты, сроки которых четко не ограничены.

Критерий реализуется только при наличии системы планирования, для которой характерна приспосабливаемость, позволяющая использовать появляющиеся благоприятные возможности.

Контролируемость. После того, как управленец поставил перед своим сотрудником какую-либо рабочую задачу, или же договорился, к примеру, с одним из своих коллег о реализации инновационного проекта, насколько ему стоит быть уверенным в том, что он услышан? Есть ли потребность в многократном повторении?

Все перечисленные методы имеют как достоинства, так и недостатки.

Преимущество хронометража в том, что происходит детальное рассмотрение трудового процесса, достоверные данные представляются в абсолютном выражении (с, мин, ч), определяются реальные временные затраты за период наблюдения, отмечается порядок элементов выполняемой задачи. Все это позволяет определить источники потерь в использовании трудового времени. К минусам можно отнести долгую и емкую работу, сложность установления фиксажных точек и оказываемое на работника психологическое воздействие из-за постоянного присутствия рядом специалиста.

Достоинства ФРВ: возможность рассмотрения абсолютно всех временных затрат на протяжении рабочего дня или определенного периода с дальнейшим анализом всех причин, которые «съедают» рабочее время.

Недостатками являются трудоемкость и дискомфорт для сотрудника по причине присутствия наблюдателя.

Также стоит отметить, что данный метод не гарантирует высокую точность полученных результатов.

Фотохронометраж хорош тем, что позволяет сразу определить данные о рациональности использования временных ресурсов и структуре трудового времени.

Недостатки состоят лишь в трудоемкости и потребности в высококвалифицированном специалисте, чтобы не допустить ошибок в многочисленных расчетах.

Хронометраж Архангельского Г.А. имеет отличительное преимущество: он не требует жесткого планирования, однако не подходит для анализа, если на протяжении пятнадцати минут происходит выполнение сразу несколько дел.

Проведем анализ затрат рабочего времени в следующих направлениях:

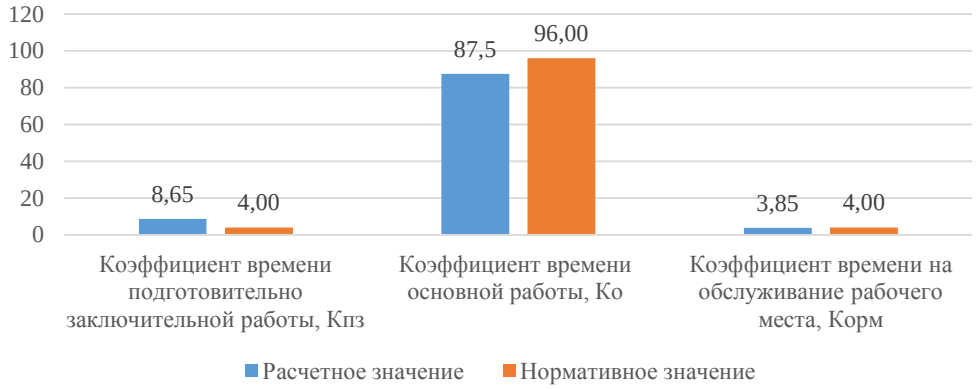


Рис. 1. Использование времени на предприятии

Результаты анализа позволяют сделать вывод о необходимости разработки мероприятий, направленных на приведение затрат рабочего времени в нормативные рамки, а также мероприятий, повышающих качество планирования задач.

К основным проблемам, требующим внимания со стороны службы управления персоналом и самого руководителя подразделения следует отнести:

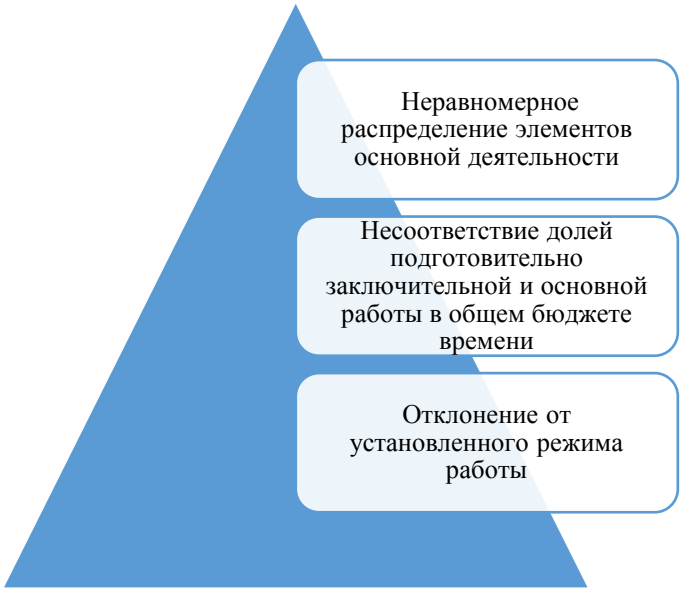


Рис. 2. Основные проблемам, требующим внимания со стороны службы управления персоналом

Решение данных проблем и эффективная организации рабочего времени руководителя лежит в плоскости освоения ряда инструментов и технологий тайм-менеджмента, которые позволят скорректировать временные затраты.

В рамках составления плана было намечено пять стратегий развития, каждая из которых подразумевает определенные мероприятия и конкретные действия:

1. Развитие на рабочем месте, подразумевающее проведение ряда мероприятий по формированию навыков планирования и повышения самоорганизации, по развитию функции делегирования и по овладению навыками пользования цифровыми сервисами.

В рамках данной стратегии были определены следующие действия, направленные на достижение поставленной цели:

– составление подробных планов реализуемых в организации проектов с конкретизацией поставленных целей и действий по их достижению;

– применение матрицы Эйзенхауера для избегания ситуации аврала и концентрации на делах, приближающих к цели.

2. Стратегия самообучения конкретизирована анализом специальной литературы в области планирования и делегирования с выделением методик, позволяющих осуществлять гибкое планирование, менять приоритеты и перераспределять ресурсы в зависимости от конкретных условий, а также методик управления человеческими ресурсами.

3. Также в рамках развития компетенций было предложено принять участие в обучающих программах:

– тренинг на тему «Project management»;

– курсы тайм-менеджмента на платформе «Skillbox»;

– онлайн-курс «Делегирование. Результат руками сотрудников».

4. Получение обратной связи от коллег и близкого окружения о своем поведении, учет их оценок и рекомендаций.

Обсуждение трудностей, возникающих в ходе достижения цели является необходимым элементом для корректировки выполняемых действий. Только таким образом можно понять, чего Вам не достает, а что уже хорошо получается.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

На контрольном этапе все стратегии подразумевают определенный вид отчетности:

1. Составление шаблонных таблиц для планирования проектов, решения задач, составление и проведение презентаций для ознакомления сотрудников с цифровыми сервисами: Trello, Miro, Rizzoma, Scrumlr.

2. Выписки из источников, содержащие описание эффективных форм работы, касающиеся развиваемых компетенций и их внедрение в практику своей деятельности.

3. Получение отзыва от руководителя программы (тренинга), оценивающего высокую активность.

4. Обратная связь от своих коллег, позволяющая сделать вывод о том, чего уже удалось достичь и над чем еще стоит поработать.

Провести анализ полученных результатов в динамике.

Функционирование данного инструмента на постоянной основе позволит повысить уровень профессиональной компетентности руководителя, сформировать навыки планирования и управления своим временем.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Следует отметить, что «поглотители времени» представляют собой преграду на пути развития организации, а тайм-менеджмент представляет собой технологию, обеспечивающую рациональное использование рабочего времени как руководителя, так и его подчиненных.

Управление временем как инструмент требует более глубокого исследования, поскольку его использование способствует личностному росту самих сотрудников, повышает их отдачу от работы и благоприятно сказывается на финансовых показателях и в целом на эффективности деятельности организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Трудовой кодекс Российской Федерации: Федер. закон от 30 дек. 2001 г. № 197-ФЗ (ред. от 25.02.2022) // КонсультантПлюс: сайт. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/bd14cccf0a1f074ef104e82522f7e2dea04d651f/ (дата обращения: 21.01.2022).

2. Архангельский Г. А. Тайм-драйв. Как успевать жить и работать. 30-е изд., перераб. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. 304 с.

3. Архангельский Г. А., Бехтерев С. В., Лукашенко М., Телегина Т. Тайм-менеджмент. Полный курс. М.: Альпина Паблишер, 2022. 320 с.

4. Фридман А. С. Пожиратели времени. Как избавить от лишней работы себя и сотрудников. Москва: Эксмо, 2019. 240 с.

5. Экономика труда: учеб. для вузов / под общ. Ред. М. В. Симоновой. М.: Юрайт, 2022. 259 с.

УДК 796.075.6

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА ДЕТСКОЙ ФУТБОЛЬНОЙ ШКОЛЫ «ЮНИОР»

М. А. Милютин
Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма, г. Казань

M. A. Milyutin
Volga State University of Physical Culture, Sports and Tourism, Kazan

Аннотация. В данной статье рассмотрены особенности деятельности менеджера в секторе спортивного досуга. Проанализированы основные функции менеджера футбольной школы «Юниор», даны практические рекомендации по совершенствованию профессиональной деятельности.

Ключевые слова: эффективность, деятельность, респонденты.

I. АКТУАЛЬНОСТЬ

Критерием эффективности менеджмента в целом является максимизация производительности и минимизация затрат. Тем более этому нужно уделять самое пристальное внимание, когда речь заходит об успешной хозяйственной деятельности, о продвижении на рынке, о достижении превосходства над своими конкурентами. Анализ категории эффективности, факторов ее определяющих позволяет сделать вывод, что адекватными содержанию и формам проявления эффективности являются группы показателей экономической эффективности, которые могут выступать в качестве измерителя, критерия эффективности организации [3].

В качестве критерия эффективности производства и управления используются частные показатели использования отдельных видов ресурсов: материальных ресурсов, основных производственных фондов, капитальных вложений, производительности труда, характеризующей экономическую деятельность персонала, и обобщающие показатели, характеризующие конечные результаты. Улучшение показателей эффективности деятельности организации возможно в результате разработки и реализации путей роста экономической эффективности управления [1].

Коммерческая деятельность в спортивной школе имеет различные особенности, обусловленные спецификой оказываемых услуг, а также организационной структурой спортивных организаций. Различные аспекты предпринимательской деятельности в спортивной школе могут быть объединены в рамках единой концепции, в самом совершенном случае каждая спортивная организация должна иметь стратегию предпринимательской деятельности. Как один из основных видов деятельности коммерческая деятельность спортивной организации нуждается в управлении, то есть в планировании, организации, контроле, регулировании [2]. Проблемы сохранения и развития спортивных школ являются частью целостной системы развития физической культуры и спорта. Приоритетным направлением государственной политики является разработка стратегии развития физической культуры и спорта до 2030 года.

Менеджмент серьезно отличается от других составляющих экономики предприятия. Данное отличие заключается, прежде всего, в том, что менеджер должен постоянно отслеживать состояние рынка (а для этого нужно разбираться в предмете изучения, т.е. быть специалистом в своей области) и направлять деятельность организации в нужное русло в соответствии с требованиями рационализации труда и достижения целей и задач, поставленных перед организацией и самим менеджером. Менеджеры имеют специфический предмет труда - информацию, с помощью которой они осуществляют свою управленческую деятельность[1].

Объект исследования: менеджмент физкультурно-спортивной организации.

Предмет исследования: деятельность менеджера футбольной школы «Юниор».

Цель исследования: определить эффективность деятельности менеджера футбольной школы «Юниор».

Задачи исследования:

1. Изучить основные направления деятельности детской футбольной школы «Юниор».
2. Проанализировать функции менеджера футбольной школы «Юниор».
3. Выявить эффективность деятельности менеджера ФК «Юниор».

Методы исследования:

1. Анализ документов.
2. **Интервьюирование.**
3. Анкетирование.
4. Методы математической статистики.

II. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

В целях выявления эффективности управленческой деятельности в ФШ «Юниор» мы провели среди работников анкетирование. Анкета представлена в табл. 1.

Таблица 1

Анкета «Оценка эффективности работы менеджера»

Инструкция для оценивающего Перед вами тест, он содержит 29 факторов, оцениваемых по 7-балльной шкале. Оценивая конкретного руководителя, просим вас возле каждого из вопроса отметить балл, который, по вашему мнению, подходит для данного руководителя.								
1. Обладает стратегическим мышлением	7	6	5	4	3	2	1	Не обладает стратегическим мышлением
2. Обладает управленческими способностями	7	6	5	4	3	2	1	Не обладает управленческими способностями
3. Четко понимает и принимает стратегические цели	7	6	5	4	3	2	1	Недостаточно понимает цели организации
4. Обладает высоким уровнем социальной ответственности за решаемые задачи	7	6	5	4	3	2	1	Обладает низким уровнем социальной ответственности за решаемые задачи
5. Умеет принимать управленческие решения	7	6	5	4	3	2	1	Обладает низким уровнем навыка принятия управленческих решений
6. Обладает креативным мышлением	7	6	5	4	3	2	1	Не обладает креативным мышлением
7. Обладает навыками самоконтроля	7	6	5	4	3	2	1	Отсутствуют навыки самоконтроля
8. Умеет правильно организовать деятельность подчинённых	7	6	5	4	3	2	1	Отсутствует навык организации деятельности подчиненных
9. Проявляет стремление к инновациям	7	6	5	4	3	2	1	Отсутствует стремление к инновациям
10. Проявляет высокий уровень профессионализма	7	6	5	4	3	2	1	Проявляет низкий уровень профессионализма
11. Стремится получить новые знания	7	6	5	4	3	2	1	Не стремится к получению новых знаний
12. Применяет эффективные стратегии в решении управленческих задач	7	6	5	4	3	2	1	Применяет недостаточно эффективные стратегии в решении управленческих задач
13. В случае необходимости идет на разумный риск	7	6	5	4	3	2	1	Не способен идти на риск
14. Проявляет внимание к исполнителям	7	6	5	4	3	2	1	Не проявляет внимания к исполнителям
15. Умеет мотивировать работников на достижение целей	7	6	5	4	3	2	1	Не умеет мотивировать работников на достижение целей
16. Обладает навыками делового общения	7	6	5	4	3	2	1	Не обладает навыками делового общения
17. Умеет создать нормальный психологический климат в малых группах	7	6	5	4	3	2	1	Не умеет создавать нормальный психологический климат в малых группах

Окончание табл. 1

Инструкция для оценивающего Перед вами тест, он содержит 29 факторов, оцениваемых по 7-балльной шкале. Оценивая конкретного руководителя, просим вас возле каждого из вопроса отметить балл, который, по вашему мнению, подходит для данного руководителя.								
18. Учитывает мнение исполнителей	7	6	5	4	3	2	1	Не учитывает мнений исполнителей
19. Речь, поведение и стиль одежды соответствует корпоративной этике организации	7	6	5	4	3	2	1	Речь, поведение и стиль одежды не соответствует корпоративной этике организации
20. Умеет правильно осуществлять контроль за действиями персонала	7	6	5	4	3	2	1	Не умеет осуществлять контроль за деятельностью подчиненных
21. Обладает способностью влияния на людей	7	6	5	4	3	2	1	Не обладает способность влиять на людей
22. Проявляет позитивность в социальном взаимодействии	7	6	5	4	3	2	1	В социальном взаимодействии ведет себя негативно
23. Демонстрирует конструктивное отношение к критике со стороны руководства и коллег	7	6	5	4	3	2	1	Не демонстрирует конструктивное отношение к критике со стороны руководства и коллег
24. Проявляет стремление к личностному росту	7	6	5	4	3	2	1	Не проявляет стремление заниматься своим личностным ростом
25. При управлении персоналом использует эффективные стили руководства	7	6	5	4	3	2	1	При управлении персоналом не использует эффективные стили руководства
26. Демонстрирует последовательность в достижении целей	7	6	5	4	3	2	1	Не демонстрирует последовательность в достижении целей
27. Стремится установить контакт с подчиненными	7	6	5	4	3	2	1	Безразличное отношение к работникам
28. Профессионально управляет группой или коллективом	7	6	5	4	3	2	1	Не умеет управлять группой или коллективом
29. Умеет пользоваться авторитетом и властью	7	6	5	4	3	2	1	Не умеет пользоваться авторитетом и властью

Итого баллов:

Оценка результатов

30–48 баллов – руководитель непригоден к управленческой деятельности;

49–60 баллов – руководитель имеет мало оснований быть полезным данной организации;

61–90 баллов – эффективность работы руководителя слишком мала;

91–120 баллов – руководитель недостаточно эффективен;

121–150 баллов – эффективность руководителя еще недостаточна;

151–179 баллов – есть возможность повысить свою эффективность;

180–200 баллов – эффективный руководитель.

Нами была произведена выборочная совокупность: 13 работников учреждения, из них: 1 администратор, 1 мед. сестра, 1 фотограф, 10 тренеров.

Проведя анкетирование среди работников, все полученные данные мы занесли в таблицу 2.

Отвечая на вопросы, респонденты выставляли баллы за каждый вопрос от 1 до 7. Для определения эффективности, мы определяли оценку каждого вопроса по формуле

$$\frac{\text{Сумма баллов}}{\text{Кол} - \text{во респондентов}} = \text{Оценка эффективности.}$$

Таблица 2

Результаты ответов респондентов на анкету «оценка эффективности работы менеджера»

№ респон-дента / № вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Сумма баллов за один вопрос	Ср/Арф оценка эффектив-ности
1	4	5	3	2	3	4	6	4	4	5	3	2	5	50	4
2	5	3	3	3	4	4	2	4	4	4	5	3	3	47	4
3	3	3	3	3	2	4	4	3	5	3	3	3	3	42	3
4	4	4	5	5	3	4	4	3	3	5	6	6	3	55	4
5	5	4	3	2	4	3	3	6	2	3	4	4	4	47	4
6	3	3	4	4	4	3	4	3	6	3	4	4	4	49	4
7	6	6	4	3	4	4	3	2	4	4	5	4	3	52	4
8	4	5	4	5	3	4	4	3	4	6	3	4	3	52	4
9	2	2	3	2	3	3	4	2	3	4	4	3	4	39	3
10	3	4	4	5	4	4	5	6	7	4	4	3	4	57	4
11	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	46	4
12	4	3	3	2	3	4	4	5	3	2	4	3	3	43	3
13	5	3	4	4	4	4	3	5	4	2	3	3	4	48	4
14	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	3	3	4	52	4
15	6	4	5	3	4	5	3	3	4	3	4	4	3	51	4
16	4	6	5	3	5	6	5	4	3	4	3	4	4	56	4
17	5	5	4	5	5	4	5	6	3	4	5	5	5	61	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	60	5
19	6	6	6	5	6	4	6	5	6	4	5	6	5	70	5
20	4	4	4	3	3	5	4	4	4	3	5	4	4	51	4
21	3	3	4	4	3	5	4	3	4	4	3	3	4	47	4
22	5	5	5	6	7	5	4	4	5	6	5	6	5	68	5
23	4	4	5	4	4	6	4	5	4	5	4	4	5	58	4
24	5	4	4	5	3	4	3	5	4	3	4	4	5	53	4
25	4	5	5	6	4	4	3	4	3	4	5	4	4	55	4
26	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	52	4
27	6	6	6	6	6	6	7	5	4	5	6	5	6	74	5
28	4	4	5	3	2	4	4	3	2	3	4	3	4	45	3
29	5	4	5	5	6	3	4	4	5	5	5	5	4	60	5
Общая сумма баллов за все вопросы	127	121	123	114	115	122	119	117	117	115	121	113	116	1540	118

На первом вопросе менеджер получил от респондентов 50 баллов, что соответствует средней оценки 4. На втором вопросе менеджер набрал немного меньше баллов 47, но оценка та же 4. В третьем вопросе респонденты в сумме дали 42 балла, средняя оценка 3. Отвечая на 4-8 вопросы, респонденты поставили соответственно следующие баллы 55, 47, 49, 52, 52, где все эти баллы соответствуют оценке 4. В девятом вопросе респон-

денты поставили значительно меньшее количество баллов по сравнению с другими вопросами, их оказалось 39, средняя оценка была равна 3. В ходе ответа на десятый вопрос менеджер набрал 57 баллов, где оценка равна 4. В одиннадцатом вопросе баллов поставлено меньше, чем в предыдущем, их 46, при оценке 4. В двенадцатом вопросе респонденты поставили баллов чуть меньше, чем в одиннадцатом вопросе, но средняя оценка равна 3. При ответе на 13-16 вопросы менеджер набрал примерно одинаковое количество баллов, и получил среднюю оценку 4. Отвечая на два следующих вопроса, респонденты поставили значительно большее количество баллов, чем в предыдущих вопросах, 60 и 61 соответственно, средняя оценка то же стала лучше, 5. В девятнадцатом вопросе менеджер набрал еще больше баллов, это 70, средняя оценка так же 5. В двадцатом и двадцать первом вопросах менеджер получил следующие баллы: 51 и 47, что дает среднюю оценку 4. В двадцать втором вопросе респонденты снова поставили одни из самых высоких баллов 68, где и средняя оценка 5. С 23 по 26 вопросы респонденты поставили примерно одинаковое количество баллов, что явилось средней оценкой 4. В двадцать седьмом вопросе менеджер получил самое наибольшее количество баллов 74, средняя оценка составила 5. Отвечая на двадцать восьмой вопрос, респонденты поставили 45 баллов менеджеру, где средняя оценка была равна 3. В ходе ответа на крайний вопрос, респонденты поставили 60 баллов, со средней оценкой 5.

Стоит отметить, что наименьшее количеств баллов руководитель получил в девятом вопросе, судя по которому у руководителя отсутствует стремление к инновациям. А вот наибольшее количество баллов получилось в двадцать седьмом вопросе, по которому можно сказать, что руководитель стремиться установить контакт с подчиненными.

В ходе определения средней оценки, мы получили среднее число баллов за все вопросы, оно составило 118, что соответствует следующей оценки эффективности в интерпретации данной анкеты: 91-120 баллов – руководитель не достаточно эффективен.

Таким образом, с помощью эмпирического метода социального анкетирования, мы выявили социальную эффективность менеджера ФШ «Юниор». Согласно полученным результатам, руководитель не достаточно эффективен. Особенно проблемным является его отношение к инновациям.

III. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. В ходе изучения направлений деятельности детской футбольной школы «Юниор», выявили основные функции менеджера: организация занятий спортивных кружков, секций, групп, команд; проведение спортивных соревнований; проведение физкультурных праздников; участие воспитанников в муниципальных, региональных спортивных соревнованиях; обеспечение систематического посещения занятий физической культурой и спортом учащимися; организуют просмотр своих воспитанников в ФК Рубин и СШ всех районов города; проведение учебно-тренировочных сборов в летних лагерях.

2. На основе анализа функций менеджера ФШ «Юниор», нами было предложены следующие действия по улучшению работы менеджера:

- поиск дополнительных спонсоров для ФШ «Юниор»;
- наличие необходимости увеличения финансирования (закупка нового оборудования, улучшение состояния спортивных залов, выезд на соревнования, организация соревнований по видам спорта, организация бесплатных услуг для спортсменов и тренеров);
- необходимость освещения деятельности детской футбольной школы «Юниор», успехов ее воспитанников и тренеров в социальных сетях, таких как «Инстаграм», «Ютуб», «ВКонтаке», «Телеграмм»;
- необходимость проведения работы с родителями, дети которых покинули школу.

3. В ходе выявления эффективности деятельности менеджера ФШ «Юниор», нами было проведено анкетирование работников данной школы. По результатам опроса мы определили, что руководитель ФШ «Юниор» не достаточно эффективен, так как у него отсутствует стремление к инновациям. Положительной оценки респондентов заслужило его стремление установить контакт с подчиненными.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеев С. В. Спортивный менеджмент. Регулирование организации и проведения физкультурных и спортивных мероприятий: учеб. М.: Юнити-Дана, 2014. 687 с.

2. Ашмарина С. И., Жабин А. П., Кандрашина Е. А. Менеджмент: учеб. М.: Рид Групп, 2011. 576 с.

3. Менеджмент: учеб. для высших учебных заведений по экономическим специальностям / под ред. М. М. Максимцова, М. А. Комарова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. 320 с.

4. HR-Portal: сайт. URL: https://hr-portal.ru/tool/anketa-ocenki-effektivnosti-deyatelnosti-rukovoditelya (дата обращения: 28.11.2022).

УДК 334.02

ОПТИМИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

А. Б. Накохова, Н. Н. Школьникова

Северо-Кавказская государственная академия, г. Черкесск, Российская Федерация

A. B. Nakokhova, N. N. Shkolnikova

North Caucasus State Academy, Cherkessk, Russian Federation

Аннотация. В работе представлены результаты изучения проблем оптимизации денежных потоков предприятия, обеспечивающих устойчивость финансового состояния, рост финансовых результатов, стабильную платежеспособность. В статье определены и проанализированы абсолютные показатели движения денежных средств; рассчитаны коэффициенты эффективности управления денежными потоками, оценена их динамика. По результатам исследования дана оценка движения и эффективности управления денежными потоками предприятия за последние три года, определены пути дальнейшей оптимизации денежных потоков.

Ключевые слова: чистый денежный поток, показатели эффективности.

I. ВВЕДЕНИЕ

Управление денежными потоками является частью финансовой стратегии предприятия. Стабильность финансового состояния, перспективы развития, рост финансовых результатов предприятия в значительной степени зависят от эффективности управления денежными средствами. Оптимизация денежных потоков – есть изыскание наиболее результативных методов управления финансовыми притоками и оттоками, учитывая отраслевые особенности, условия хозяйствования, влияние внутренних и внешних факторов, для достижения стратегических целей долгосрочного развития предприятия.

На современном этапе развития денежные потоки являются системой жизнеобеспечения предприятия. Неэффективное управление денежными потоками - причина низкого уровня ликвидности, нарушений договорной дисциплины, неразумного привлечения и использования кредитов банка [1].

В процессе управления денежными потоками нужно эффективно решить две проблемы: обеспечить синхронизацию денежных потоков организации и определить оптимальный остаток денежных средств [2].

Способы реализации этих проблем разнообразны. Опыт показывает, что наибольшую эффективность проявляют следующие методы регулирования движения денежных средств: привлечение стратегических инвесторов; продажа неиспользуемых внеоборотных активов; ускорение взыскания просроченной дебиторской задолженности и др. [3].

Следует учитывать, что на разных стадиях жизненного цикла) предприятия формируются не только разные объемы денежных потоков, но и их виды (по структуре источников формирования положительного денежного потока и направлений использования отрицательного денежного потока). Характер поступательного развития предприятия по стадиям жизненного цикла играет большую роль в прогнозировании объемов и видов его денежных потоков [4].

Оптимизация управления денежными потоками включает: поддержание денежных ресурсов на необходимом минимальном уровне, достаточном для реализации эффективной финансово-хозяйственной деятельности, в том числе для поддержания текущей и перспективной кредитоспособности [5].

Важно подчеркнуть, что к основным результатам оптимизации денежных потоков можно отнести: достижение ритмичности операционного процесса; сокращение потребности в заемном капитале; сокращение производственного и финансового циклов для ускорения оборачиваемости капитала; снижение риска наступления неплатежеспособности; рост прибыли [1].

После сбалансирования и синхронизации денежного потока необходимо его максимизировать. Рост денежного потока обеспечивает повышение темпов экономического развития компании, снижает зависимость от внешнего финансирования и повышает стоимость компании [6].

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Разработка управленческих решений по формированию, распределению и использованию денежных потоков должна быть направлена на обеспечение финансового равновесия предприятия. Оценка результативности управления денежными потоками проводится с использованием системы абсолютных и относительных показателей, характеризующим объем, направление, соотношение, эффективность имеющихся денежных ресурсов предприятия. По итогам анализа определяют пути совершенствования управления финансовыми потоками.

III. ТЕОРИЯ

В качестве основных задач по организации оптимального управления денежными потоками предприятия можно назвать создание условий для сбалансированности, синхронизации притоков и оттоков денежных средств, а также для обеспечения устойчивого роста величины чистого денежного потока.

Оптимизация денежных потоков включает изучение динамики положительных и отрицательных финансовых потоков, остатков денежных средств, чистого денежного потока в разрезе текущей, инвестиционной и финансовой деятельности и в целом по предприятию.

Анализ движения денежных средств может быть проведен с применением вертикального, горизонтального, коэффициентного методов по данным бухгалтерской отчетности (бухгалтерского баланса, отчета о движении денежных средств, отчета о финансовых результатах). К показателям оценки эффективности управления денежными потоками можно отнести: суммы поступлений и платежей по операционной, инвестиционной, финансовой деятельности, коэффициент рентабельности денежного потока, коэффициент ликвидности денежного потока; коэффициент оборачиваемости денежных средств и пр.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Анализ движения и эффективности управления денежными потоками в данном исследовании проведен по данным бухгалтерской отчетности ОАО «Хабезский гипсовый завод» - предприятия отрасли строительных материалов, расположенного в Карачаево–Черкесской Республике. Завод основан в 1997г., успешно функционирует на рынке строительных услуг около 25 лет, с каждым годом наращивает ассортимент и объем производства строительной продукции (гипса, монтажных смесей, плиточного клея, пазогребневых плит, красок, грунтовки, смесей для выравнивания пола и пр.). Неоспоримым преимуществом завода является то, что он имеет **собственную мощную сырьевую базу — карьер с залежами гипсового камня**. Это **позволяет заводу не только держать цены на демократичном уровне относительно конкурентов**, но и полностью контролировать все этапы производства: от добычи сырья до производства продукции.

Таблица 1

Обобщающие показатели формирования чистого денежного потока от текущей, инвестиционной и финансовой деятельности ОАО «Хабезский гипсовый завод» [7]

Показатели	2019	2020	2021	Абс. откл. 2019-2021гг.
1. Остаток денежных средств на начало периода	11.7	34.0	42.3	+30.6
2. Чистый положительный денежный поток	957,7	1276,9	2161,3	+1203.6
3. Чистый отрицательный денежный поток	935,3	1268,5	2076,9	+1141.6
4. Чистое увеличение (уменьшение) денежных средств	22,4	8,4	84,4	+62
5. Остаток денежных средств на конец периода	34.0	42.3	126.7	+92.7

Анализ основных показателей, характеризующих движение денежных средств по текущей, инвестиционной и финансовой деятельности ОАО «Хабезский гипсовый завод» приведен в таблице 1. Общая сумма денежных доходов предприятия – в виде поступлений от продажи продукции, получения кредитных ресурсов - стремительно растет с каждым годом (в 2020г. по сравнению с 2019г. с 957,7 до 1276,9 млн. руб., то есть, на 33,3%, в 2021г. по сравнению с 2020г. с 1276,9 до 2161,3 млн. руб.). Отток денежных средств ОАО «Хабезский гипсовый завод» в связи с оплатой поставщикам стоимости сырья, выплатой заработной платы работникам, возвратом кредитов и расчетами процентов за банковский кредит, расходами по оплате налогов и сборов также повышается. Его прирост за три года составил 1141,6 млн. руб. При этом, доходы превышают расходы ежегодно. В связи с этим, чистый денежный поток имеет положительное значение.

Для расчета показателей эффективности управления денежными потоками предприятия необходимо использовать обобщающие показатели: выручку от реализации, чистую прибыль, общее сальдо поступлений и платежей по текущей, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия, чистый денежный поток.

Таблица 2

Анализ показателей эффективности использования денежных потоков ОАО «Хабезский гипсовый завод» [7]

Показатели	2019	2020	2021	Темпы роста за 2019-2021 гг., %
Данные для расчета				
1. Выручка от реализации, млн. руб.	808.7	982.7	1072.5	132.6
2. Денежные средства и денежные эквиваленты, млн. руб.	34.0	42.3	126.7	в 3.7 р.
3. Чистая прибыль, млн. руб.	32.9	89.9	46.8	142.2
4. Положительный денежный поток, млн. руб.	957.7	1276.9	2161.3	в 2.3 р.
5. Отрицательный денежный поток, млн. руб.	935.3	1268.5	2076.9	в 2.2 р.
6.Чистый денежный поток, млн. руб.	22.4	8.4	84.4	в 3.8 р.
Показатели эффективности				
1. Коэффициент оборачиваемости денежных средств и денежных эквивалентов, (стр.1 / стр.2)	23.8	23.2	8.5	35.7
2. Коэффициент эффективности денежного потока (стр.6 /стр.5)	0.02	0.01	0.04	в 2.0 р.
3. Коэффициент ликвидности денежного потока, (стр.4 / стр.5)	1.02	1.01	1.04	102.0
4. Коэффициент рентабельности положительного денежного потока, (стр.3/ стр.4)	0.03	0.07	0.02	66.7

Оценка показателей эффективности использования денежных средств ОАО «Хабезский гипсовый завод» показана в таблице 1. Значение показателей варьируется. Величина как положительного, так и отрицательного потоков менялась изменилась в сторону увеличения. Чистый денежный поток является положительным. Коэффициенты, характеризующие эффективность использования денежных средств за период с 2019 по 2021 гг. имеют, в основном, позитивные тенденции. Так, коэффициент оборачиваемости денежных средств резко снизился, что объясняется значительным ростом выручки от реализации продукции. Коэффициенты эффективности и ликвидности денежного потока имеют устойчивую тенденцию к росту. Коэффициент рентабельности положительного денежного потока ОАО «Хабезский гипсовый завод» в 2020 г. повысился с 0,03 до 0,07, а в 2021г. – снизился до 0,02, что связано с резкими колебаниями чистой прибыли.

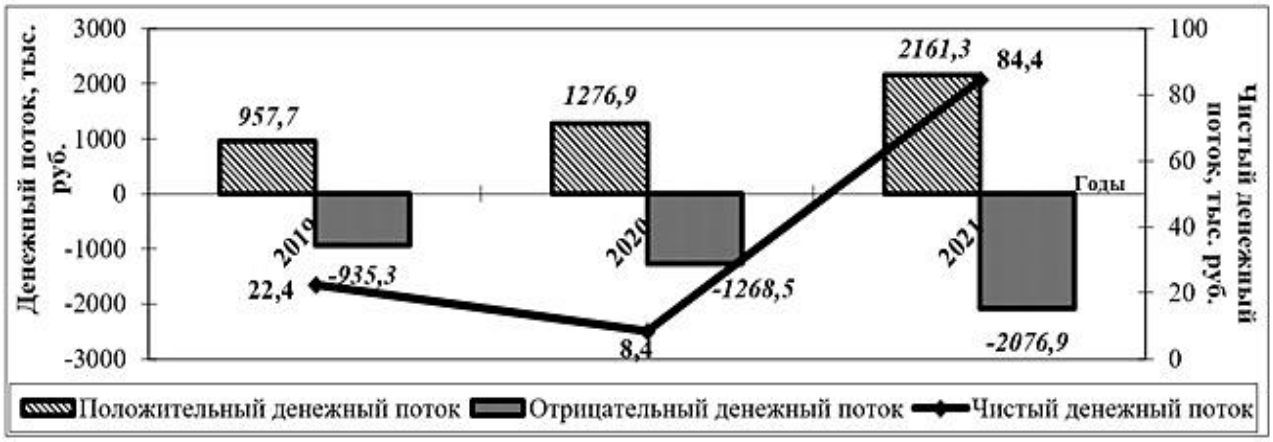


Рис. 1. Динамика положительного и отрицательного денежных потоков ОАО «Хабезский гипсовый завод» [7]

На рисунке 1 проиллюстрированы положительные и отрицательные денежные потоки, а также динамика чистого денежного потока ОАО «Хабезский гипсовый завод».

Таким образом, ежегодно сумма поступлений денежных средств превышает сумму платежей в ОАО «Хабезский гипсовый завод». В связи с этим, значение чистого денежного потока имеет положительное значение. Предприятие эффективно управляет денежными потоками.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Оптимизация денежных потоков заключается в достижении баланса между притоками и оттоками денежных средств. Предприятию необходимо в равной степени не допускать дефицитного и избыточного денежного потока. В процессе оптимизации денежных потоков во времени используются два основных метода — выравнивание и синхронизация. Выравнивание денежных потоков направлено на сглаживание их объемов в разрезе отдельных интервалов рассматриваемого периода времени. Этот метод оптимизации позволяет устранить в определенной мере сезонные и циклические различия в формировании денежных потоков (как положительных, так и отрицательных), оптимизируя параллельно средние остатки денежных средств и повышая уровень ликвидности.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Оптимизация денежных потоков предприятия представляет собой процесс подбора таких форм их организации, которые учитывают отраслевую специфику и индивидуальные особенности его бизнес-процессов. Повышение эффективности управления денежными средствами способствует росту чистого денежного потока. Это может быть достигнуто при реализации следующих мероприятий:

- разработка эффективной финансовой, налоговой и ценовой политики;
- повышение эффективности претензионной работы по управлению дебиторской задолженностью, взысканию штрафных санкций;
- сокращение расходов по текущей деятельности предприятия;
- уменьшение периода хранения материальных оборотных средств;
- использование наиболее эффективных методов амортизации основных активов;
- повышение эффективности процессов производства и качества бизнес-процессов предприятия в целом.

Управляя денежными средствами, необходимо достигать синхронности притоков и оттоков во времени их поступления и объемах, не допуская дефицит или избыток денежных средств. Дефицит повышает финансовую зависимость и снижает возможности для осуществления деятельности, а избыток приводит к замораживанию части активов, которые можно направить на получение дополнительной прибыли.

Исследование перечисленных выше факторов позволяет оценить внешние возможности и внутренний потенциал формирования денежных потоков предприятия в процессе разработки политики управления ими. Практическая реализация предложений в коммерческих организациях обеспечила повышение эффективности функционирования системы кэш-менеджмента и всей системы управления в целом.

По результатам проведенного исследования проблем в управлении денежными потоками можно сделать вывод, что современные предприятия сталкиваются с серьезными трудностями в процессе анализа потока денежных средств, при составлении бюджета и прогнозировании движения денежных средств. С целью решения выявленных проблем необходимо применение комплексных организационных и контрольных процедур финансового менеджмента в соответствии со сложившимися тенденциями развития экономики страны, а также особенностями бизнеса конкретного хозяйствующего субъекта. Практическая реализация предложенных путей устранения проблем в управлении денежного потока позволит стабилизировать финансовое положение предприятия и обеспечит ему благоприятный имидж на рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Москалева Е. О. Управление денежными потоками корпорации // Научные записки молодых исследователей. 2018. № 4. С. 5–13.

2. Басараб К. М. Направления оптимизации и повышение эффективности управления денежными потоками на предприятии // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2017. № 15 (15). С. 89–95.

3. Сунгатуллина Л. Б., Салахова Ю. Р. Особенности управления денежными потоками организации // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2018. № 16 (448). С. 40–46.

4. Хахонова Н. Н. Выявление и анализ факторов, влияющих на формирование денежных потоков коммерческих организаций // Бюллетень науки и практики. 2016. № 4 (5). С. 373–382.

5. Шулико Е. В. К вопросу эффективного управления денежными потоками организации в современных условиях // Инновационная наука. 2015. № 11-1. С. 211–217.

6. Анисимова В. Л., Климашина В. В. Особенности оценки денежных потоков при управлении компанией // Научное обозрение. Международный научно-практический журнал. 2017. № 4. С. 2.

7. Отчеты о финансовых результатах за 2019-2021гг. // ОАО «Хабезский гипсовый завод»: сайт. URL: https://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=8980&type=3&attempt=2 (дата обращения: 28.11.2022).

УДК 334.02

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕГО ПОВЫШЕНИЯ

А. Б. Накохова, Н. Н. Школьникова

Северо-Кавказская государственная академия, г. Черкесск, Российская Федерация

A. B. Nakokhova, N. N. Shkolnikova

North Caucasus State Academy, Cherkessk, Russian Federation

Аннотация. Статья посвящена вопросам анализа и контроля движения денежных средств как необходимого условия устойчивого функционирования предприятия. В процессе исследования дана оценка чистого денежного потока; рассчитаны фактические показатели управления имуществом предприятия и проведено их сравнение с пороговыми значениями. Использованы следующие методы экономического анализа: сравнительный, коэффициентный, метод абсолютных разниц, метод обобщения. По результатам расчетов сделаны выводы о достижении рекомендуемых значений анализируемым предприятием. Предложены пути совершенствования управления денежными потоками предприятия.

Ключевые слова: управление, денежные потоки, оценка, интерпретация.

I. ВВЕДЕНИЕ

Производственная деятельность предприятия неразрывно связана с движением денежных средств. Любые хозяйственные операции субъекта хозяйствования вызывают отток или приток денежных средств. Анализ и оценка успешности управления денежными потоками имеет большое значение для укрепления его финансового состояния. Денежные потоки способствуют повышению ритмичности операционного процесса предприятия. Денежные потоки — это важный финансовый рычаг ускорения оборачиваемости активов и капитала, который способствует сокращению продолжительности производственного и финансового циклов, достигаемому в процессе управления денежными потоками. Денежные потоки — основа финансовой независимости организации. Генерирование денежных потоков позволяет сократить потребность в заемном капитале.

Важным предметом обсуждения ученых –экономистов являются вопросы, связанные с выбором и обоснованием системы аналитических показателей, методов и методик анализа денежных потоков, их планирования и прогнозирования, обеспечения эффективного управления денежными средствами.

Роль денежных потоков в стабильном функционировании предприятия трудно переоценить. Уровень обеспеченности денежными потоками есть необходимое условие устойчивой работы предприятия. Поэтому движение денежных потоков в процессе производства и реализации продукции является актуальным аспектом финансового управления [1]. Денежные потоки предприятия можно по праву отнести к факторам деловой активности [2].

Особенности движения денежных средств связаны с действием внешних и внутренних факторов. Так, к внешним факторам относятся: уровень налогообложения, политика кредитования покупателей и поставщиков, курс валюты. Внутренние факторы: стадия жизненного цикла, сезонность производства продукции, уровень финансовой устойчивости [3]. Подбор индикаторов для анализа денежных потоков формируется с учетом поставленной цели и потребностей в диагностике [4]. Важно иметь ввиду, что «денежные потоки выступают в качестве важного финансового рычага обеспечения ускорения оборота капитала предприятия, который способствует сокращению продолжительности производственного и финансового циклов, достигаемому в процес-

се результативности управления денежными потоками» [5]. Собственник или управляющий предприятием должен учитывать, что «эффективное управление денежными потоками также помогает снизить потребность организации в заемном капитале и снижает риск неплатежеспособности и риск упущенной выгоды» [6]. Анализ денежных потоков имеет важное значение при оценке финансового состояния, ведь «процесс управления финансовым состоянием предприятия представляет ряд последовательных управленческих решений, главной целью которых является планирование притока и оттока денежных средств на предприятии» [7].

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Экономистами- аналитиками выделен ряд показателей (характеризующих общую сумму доходов, величину основного и оборотного, а также заемного капитала и др.), которые были рекомендованы для оценки эффективности управления денежными потоками. Значения показателей увязаны с более или менее успешным управлением финансовыми потоками. При этом, рассматривается три варианта: «негативно», «удовлетворительно», «позитивно». Представляет несомненный интерес оценка показателей предприятия, рассчитанных по материалам бухгалтерской отчетности, и сопоставление их с рекомендуемыми.

III. ТЕОРИЯ

Денежные потоки предприятия подразделяются в зависимости от вида экономической деятельности следующим образом: денежные потоки от текущей деятельности; денежные потоки от инвестиционной деятельности; денежные потоки от финансовой деятельности. Эта классификация лежит в основе финансового анализа, построения прогнозов, составления финансовой отчетности и т. д. Чистый денежный поток - разница между положительными и отрицательными денежными потоками предприятия (поступлениями и платежами). Это значение является важнейшей позицией в определении не только финансового состояния компании и ее конкурентоспособности, но и инвестиционного интереса для потенциальных партнеров. Рассогласование потоков поступлений и оттоков денежных средств по размерам и срокам приводит либо к возникновению у предприятия потребности в дополнительных источниках, либо к избытку денежных средств. Обе ситуации свидетельствуют о серьезных проблемах хозяйственного процесса и имеют отрицательные последствия для предприятия. Основные задачи анализа денежных потоков — выявление причин недостатка либо избытка денег на предприятии и определение источников их поступлений и направлений использования.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Проанализируем движение денежных средств на примере крупного регионального предприятия отрасли строительных материалов. ОАО «Хабезский гипсовый завод» - производитель сухих строительных смесей, бюджетообразующее предприятие Карачаево-Черкесской Республики, одного из регионов Северо – Кавказского федерального округа. Предприятие активно реализует инвестиционные проекты по модернизации оборудования и расширению ассортимента продукции. Завод производит более двух десятков видов продукции Высокая квалификация персонала, использование качественного сырья, современного оборудования и отлаженных технологических процессов – залог высокого качества продукции. Продукция предприятия пользуется большим спросом.

Таблица 1

Движение денежных средств оао «хабезский гипсовый завод» по видам деятельности, млн. руб. [8]

Показатели	Поступило			Использовано			Чистый поток денежных средств (+, -)		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
1. Текущая деятельность	924.3	1146.7	1235.1	859.4	1191.4	1945.2	+64.9	- 44.7	-710.1
2. Инвестиционная деятельность	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. Финансовая деятельность	33.4	130.2	926.2	75.9	77.1	131.7	-42.5	+53.1	+794.5
Итого	957.7	1276.9	2161.3	935.3	1268.5	2076.9	+ 22.4	+8.4	+84.4

Анализ денежных потоков ОАО «Хабезский гипсовый завод» в краткосрочном периоде с 2019 по 2021 гг. позволяет проследить динамику отрицательных и положительных результатов: движения средств по текущей деятельности («+»; «-»; «-»); движение средств по финансовой деятельности («-»; «+»; «+»). Притоков и оттоков финансовых ресурсов по инвестиционной деятельности за последние три года не наблюдается. Чистый поток денежных средств от двух видов деятельности в 2019-2021гг. - со знаком «плюс». Его величина увеличилась за анализируемый период почти в 4 раза с 22,4 в 2019 г. до 84,4 млн. руб. в 2021 г.

Таблица 2

Интерпретация показателей для оценки денежных потоков [9]

Показатели	Интерпретация показателей для оценки денежных потоков		
	Негативно	Удовлетворительно	Позитивно
Прирост объема продаж, %	менее 0	от 0 до 20	более 20
Рентабельность активов, %	менее 10	от10- 15	более 15
Прирост потребности в оборотном капитале, %	более 25	от 10 до 25	менее 10
Прирост потребности в основном капитале, %	более 25	от 10 до 25	менее 10
Покрытие процентов за кредит из прибыли, раз	менее 2	от 2-4	более 4
Срок возврата долговых обязательств, месяцев	более 10	от 3 до 10	менее 3
Доля заемных средств в капитале, %	более 50	от40-50	менее 40

Рекомендуемые значения коэффициентов для оценки динамики денежных потоков для индустриальных стран со стабильной экономикой приведены в таблице 2. Так, рост выручки от реализации благоприятно влияет на результативность движения денежных средств. Рентабельность активов, то есть, соотношение прибыли и стоимости имущества, должна превышать 10-15%. Резкий рост основного и оборотного капитала оказывает нежелательное воздействие на чистый денежный поток. Установлено рекомендуемое соотношение платы за кредит и прибыли, а также краткосрочность привлекаемых финансовых ресурсов. Имеются ограничения в доле заемного капитала в источниках финансирования деятельности предприятия: предпочтительно иметь удельный вес привлеченных финансовых ресурсов не свыше 50%.

Таблица 3

Значения показателей для оценки денежных потоков
ОАО «Хабезский гипсовый завод» [8]

Показатели	Расчеты по отчетным данным		
	2019	2020	2021
Прирост объема продаж в % к предыдущему году, %	+21.5	+21.5	+9.1
Рентабельность активов, %	3.4	5.9	2.3
Прирост в оборотном капитале в % к предыдущему году, %	+50.5	-3.2	+66.2
Прирост в основном капитале в % к предыдущему году, %	+21.0	- 10.1	- 12.5
Покрытие процентов за кредит из прибыли, раз	0.03	0.07	0.8
Срок возврата долговых обязательств, месяцев	более 10	более 10	более 10
Доля заемных средств в капитале, %	6.2	7.6	44.6

Оценка управления имуществом ОАО «Хабезский гипсовый завод» в контексте управления денежными потоками приведена в таблице 3. Значения показателей предприятия в период распространения коронавирусной инфекции и введения карантинных ограничений демонстрирует относительную устойчивость его финансового состояния. Так, в 2019г.,2020г. выручка от реализации продукции увеличивалась ежегодно более, чем на 20%. В 2021г. она также выросла, но в меньшей мере (на 9,1%). Предприятие работает прибыльно, рентабельность активов колеблется с 2 до 6%. В докризисный период предприятие интенсивно наращивало объем оборотного и основного капитала с целью наращивания масштабов производства.

По данным таблицы 4, из семи анализируемых критериев эффективности управления денежными средствами ОАО «Хабезский гипсовый завод» три являются негативными в течение последних трех лет. Иные по-

казатели имеют удовлетворительную или позитивную оценку. Например, динамика коэффициента прироста в основном капитале имеет благоприятную тенденцию к улучшению. Доля заемных средств в капитале также изменилась от негативного уровня к желательному. Следует подчеркнуть, что недостатки в управлении денежным потоком не свидетельствуют о неудовлетворительном прогнозе для предприятия. Быстрый рост объема производства требует большей массы денег, поэтому развивающееся предприятие часто имеет негативную оценку денежного потока. В целом, ОАО «Хабезский гипсовый завод» предпринимает определенные усилия для повышения эффективности управления денежными потоками. Это позволит в будущем изменить ситуацию к лучшему.

Таблица 4

Интерпретация показателей для оценки денежных потоков ОАО «Хабезский гипсовый завод» [8]

Показатели	Интерпретация		
	2019	2020	2021
1. Прирост объема продаж в % к предыдущему году, %	позитивно	позитивно	удовлетворительно
2. Рентабельность активов, %	негативно	негативно	негативно
3. Прирост в оборотном капитале в % к предыдущему году, %	негативно	позитивно	негативно
4. Прирост в основном капитале в % к предыдущему году, %	удовлетворительно	позитивно	позитивно
5. Покрытие процентов за кредит из прибыли, раз	негативно	негативно	негативно
6. Срок возврата долговых обязательств, мес.	негативно	негативно	негативно
7. Доля заемных средств в капитале, %	негативно	позитивно	удовлетворительно

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Положительное значение чистого денежного потока (как у анализируемого предприятия) свидетельствует о привлекательности данного предприятия для инвесторов. С ростом показателя снижаются риски вложений для инвесторов. Повышение суммы чистого денежного потока может быть обеспечено за счет следующих мероприятий: снижения суммы постоянных издержек предприятия; снижение уровня временных издержек; проведения эффективной налоговой политики; использование метода ускоренной амортизации; продажи неиспользуемых видов основных средств, нематериальных активов и запасов; усиление претензионной работы с целью полного и своевременного взыскания штрафных санкций и дебиторской задолженности. Выполнение этих и многих других мероприятий позволит повысить величину финансовых результатов предприятия.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современных условиях контроль за движением денежных средств приобретает решающее значение, так как от этого зависит выживаемость предприятия, поэтому необходимо заниматься прогнозированием денежного потока, составлять и разрабатывать бюджеты денежных средств. Все это позволит пронаблюдать за величиной денежного потока, выявить нехватку или излишек средств еще до их возникновения и даст возможность скорректировать предпринимаемые действия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Морозкина С. С., Рыкало А. В. Анализ денежных потоков организации // Естественно-гуманитарные исследования. 2019. № 24 (2). С. 55–59.

2. Гореликова Д. И. Эффективное управление денежными потоками компании // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 11-1. (57). С. 136–138.

3. Анисимова В. Л., Климашина В. В. Особенности оценки денежных потоков при управлении компанией // Научное обозрение. Международный научно-практический журнал. 2017. № 4. С. 2.

4. Шибина М. А., Морозко Н. И. Оценка эффективности деятельности предприятия // Интернет-журнал Науковедение. 2015.Т. 7, № 2. С. 83.

5. Мусаева Б. М. Эффективное управление денежными потоками коммерческой организации // Деловой вестник предпринимателя. 2021. 3 (1). С. 56–58. DOI: 10.24412/2687-0991-2021-11024.

6. Тюпакова Н. Н., Бочарова О. Ф., Елталовская С. С. Оценка эффективности управления денежными потоками организации // Вестник Академии знаний. 2021. № 45 (4). С. 411–417.

7. Борщ Л. М. Финансовая стратегия управления денежными потоками предприятия // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2018. № 1 (42). С. 19–28.

8. Отчеты о финансовых результатах за 2019-2021гг. // ОАО «Хабезский гипсовый завод»: сайт. URL: https://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=8980&type=3&attempt=2 (дата обращения: 28.11. 2022).

9. Финансовый поток в инвестиционной деятельности. URL: https://lektsia.com/4x2a08.html (дата обращения: 28.11. 2022).

УДК 658.5

ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ, КАК ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ ПЛАНОВ, НАПРАВЛЕННЫХ НА ТЕКУЩЕЕ И ПЕРСПЕКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Б. А. Огоньянц

Кафедра «Экономико-математического моделирования» совместного Белорусско-узбекского Межотраслевого института прикладных технических квалификаций в г. Ташкенте

Аннотация: Статья посвящена вопросам планирования деятельности предприятия. Автором рассмотрены основные подходы к определению понятия планирование, особое внимание уделено исследованию проблем организации текущего планирования, в том числе ежемесячного, ежеквартального, полугодового и годового. Автором введено понятие «подекадное планирование» как наиболее актуальное для современной рыночной экономики.

Ключевые слова: планирование, производственный план, себестоимость, прибыль, рентабельность.

I. ВВЕДЕНИЕ

В условиях дальнейшего внедрения рыночных принципов экономики финансовую устойчивость и успех любого предприятия может обеспечить только эффективное планирование его экономической деятельности. Планирование функционирует в таких сферах, как планирование производства, внедрение достижений научно – технического прогресса, снижение себестоимости продукции, фондоотдача, фондоёмкость, прибыль и рентабельность, а также охватывает другие аспекты хозяйственных отношений. Планирование, как центральное звено управления предприятием, охватывает систему принципов, методов, форм и приемов регулирования рыночного механизма, прежде всего, в области использования ограниченных ресурсов с целью повышения конкурентоспособности данного хозяйственного субъекта.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель работы - изучение методов планирования производственной деятельности в процессе функционирования промышленного предприятия.

В ходе выполнения работы решаются следующие задачи:

- организация процесса планирования на промышленном предприятии;
- формы и виды планов на предприятии;
- основные свойства как категории, используемые для разработки планов;
- определение качественных показателей планирования;
- определение количественных показателей планирования;
- формулировка определений «товарная продукция», «готовая продукция», «незавершённое производство и их роль при организации процесса планирования»;
- определение понятий «калькулирование», «прибыль», «рентабельность» и их использование в процессе планирования хозяйственной деятельности предприятия;
- распределение планов по срокам исполнения.

III. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ СТАТЬИ

Планирование работы предприятия – это основная функция органов управления предприятия, в том числе по уровням управления (высшее звено, среднее звено, низшее звено). Так, например, стратегическое планирование представляет собой концепцию стратегии развития данного предприятия. Реализация данной общей стратегии осуществляется через систему планирования.

Планирование как процесс, представляет собой некую систему управления, которая обеспечивает пропорциональное (динамичное) развитие производства, сочетающееся с эффективным использованием всех имеющихся резервов.

Планирование находит своё выражение в составлении планов.

Планирование предполагает разработку планов различного уровня и содержания

Основные свойства, как категории, используемые при разработке планов:

- Преемственность (т.е. взаимосвязь планов разного уровня управления)

- Непрерывность (взаимосвязь планов различного назначения и содержания вне зависимости от сроков действия)

- Стабильность (отсутствие пересмотров планов в конкретном, относительно коротком промежутке времени и без объективных причин для их пересмотра).

Планы подразделяются по срокам выполнения:

1) стратегические планы предполагают разработку стратегических задач развития предприятия, они определяют место предприятия и его продукции на потребительском рынке услуг;

2) долгосрочные планы представляют собой научно – обоснованные прогнозы сроком реализации в течение 3-5 лет; по сути, они направлены на конкретную реализацию стратегических планов или долгосрочных заданий;

3) текущие или т.н. временные планы (годовые): они конкретизируют расчеты, обеспечивающие выполнения предприятием поступивших заказов от потребителей;

4) оперативные (квартальные, месячные, декадные) - это планы разрабатываемые руководством предприятия по уровням управления.

По функциям различаются следующие планы:

1) производственная программа предприятия;

2) план материально – технического обеспечения предприятия;

3) план по организации труда и заработной платы;

4) план по снижению себестоимости продукции;

5) финансовый план предприятия;

6) план по охране окружающей среды;

7) план социального развития трудового коллектива;

8) план повышения эффективности производства;

9) план локализации производства;

10) план (основные направления) по производству экспортной продукции.

Каждый план предполагает разработку технико-экономического обоснования (им занимаются ведущие специалисты предприятия по техническим переделам)

В настоящее время, в условиях развития и дальнейшего укрепления рыночной экономики, отсутствует этап утверждения плана предприятия вышестоящими организациями и государственными органами управления.

В основе разработки любого производственного плана лежат конкретные цифры, связанные с перспективой дальнейшего развития предприятия.

Производственный план, как перспективный план конкретного развития предприятия, представляет собой производственную программу предприятия на текущий год.

Производственная программа рассчитывается на основании предварительных договорённостей с потенциальными потребителями, в ней устанавливается номенклатура и ассортимент выпускаемой продукции. Руководством предприятия (высшее звено управления) определяются подразделения предприятия, ответственные за выполнения работ по следующим переделам: заготовительное, обрабатывающее и сборочное производство.

Производственная программа включает в себя плановое задание, которое обязательно для выполнения каждым подразделением предприятия.

Планирование производственной деятельности на предприятии осуществляется следующим образом:

1). Общее руководство плановой работой осуществляет руководитель предприятия, и его заместители по конкретным направлениям (главный инженер, главный экономист, начальник производственно-диспетчерского отдела), а методическое - руководители экономических служб.

2). Планирование и последующая результативная оценка деятельности предприятия осуществляется с помощью оценки показателей.

Различают следующие показатели плана (производственная программа):

- Номенклатура продукции представляет собой перечень или состав выпускаемой продукции по видам, типам, сортам, размерам и иным признакам.

- Ассортимент продукции это состав продукции, распределённой по видам, типам, размерам, маркам, артикулам.

Коэффициент обновляемости продукции - соотношение новой и старой (ранее выпускаемой) продукции, определённой в утверждённом годовом плане производства.

Утверждаемые (или директивные) показатели – это количество показателей характеризующих степень самостоятельности предприятия при осуществлении в производственно–хозяйственной (плановой) деятельности.

Расчётные показатели - это показатели, которые определяют результативность работы предприятия (они рассчитываются специалистами самого предприятия). В том числе по конкретным группам:

Группа «качественные показатели» характеризуют высокопродуктивную работу предприятия:

а) показатели качества продукции;

б) показатели максимального использования всех имеющихся у предприятия ресурсов (сырьё, материалы, оборудование, трудовые ресурсы и т. д.).

Группа «количественные показатели» представляют собой абсолютные, объёмные значения отдельных показателей, на основе которых рассчитываются качественные показатели:

а) валовая прибыль;

б) численность рабочих;

в) выработка продукции;

г) фонд заработной платы;

д) объём производства;

е) уровень реализации продукции.

Для определения объёма производства продукции, рассчитанной в стоимостных показателях, необходимо распределить её по степени, так называемой готовности:

готовая продукция;

незавершённая продукция;

полуфабрикаты;

комплектующие изделия;

работы и услуги промышленного характера.

Готовая продукция - продукция, соответствующая установленным ГОСТам, техническим условиям и другим требованиям, предъявляемым к качеству продукции. Если процесс изготовления готовой продукции полностью (по всем этапам) завершен на данном предприятии, то она, после утверждения Отделом технического контроля в качестве «принятой продукции», может и должна быть отгружена заказчику в согласованные с ним сроки.

Полуфабрикат – продукция собственного производства, процесс изготовления которой полностью завершен в одном из цехов данного предприятия, но которая подлежит дальнейшей обработке в других цехах данного предприятия для последующей сборки готового к продаже изделия.

Незавершенная продукция - это продукция, процесс изготовления которой не завершен в цехах данного предприятия и которая не подлежит передаче и в другие цеха данного предприятия, т.е. она входит в категорию «валовой продукции» и превращается в готовую продукцию только после соответствующей «доработки»

Работы промышленного характера включают в себя следующие составляющие: капитальный ремонт изношенного (полностью или частично) оборудования, работы по модернизации установленного (действующего) оборудования и установка и монтаж нового оборудования.

В плане производства и реализации продукции, входящем в производственную программу, приводятся расчёты объемов реализуемой продукции и объёмов валовой продукции.

Реализованной продукцией называется готовая продукция, процесс изготовления которой полностью завершен на данном предприятии. Данная продукция оплачена заказчиком и должна быть отгружена ему в согласованные сроки, после оформления соответствующей счёт - фактуры.

При разработке на предприятии плана производства, плановые органы предприятия (ПЭО, ПДО) учитывают величину остатков незавершённого производства на начало и конец планового периода, количество продукции, потребляемой для собственных нужд, а также участие других предприятий (по кооперации) в изготовлении готовой продукции.

Товарной продукцией, считается продукция, процесс изготовления которой полностью завершен на данном предприятии, она сдана на склад готовой продукции, принята службой технического контроля предприятия и оформлена соответствующими документами. Эта продукция, размещена на складе готовой продукции предприятия и может быть отгружена заказчику, только после оплаты её стоимости, через обслуживающий банк.

В состав товарной продукции входят следующие составляющие: готовая продукция, полуфабрикаты собственного изготовления, предназначенные для продажи на сторону, а также работы и услуги промышленного характера, в которых заинтересован потенциальный покупатель. Учет товарной продукции осуществляется в действующих оптовых ценах. Разница между реализованной продукцией и товарной продукцией можно определить по остаткам готовой продукции на соответствующем складе.

Валовая продукция предприятия включает в свой состав товарную продукцию (в том числе и услуги промышленного характера), процесс изготовления которой полностью завершен на данном предприятии, а также не прошедшую технический контроль, не сданную на склад готовой продукции, не оформленную соответствующими документами, продукцию незавершённого производства. Валовая продукция, как стоимостная категория, определяет в денежном выражении объем производства.

Чистая продукция - это товарная продукция, из которой вычитаются так называемые амортизационные отчисления, а также стоимость затрат на покупку сырья, материалов и оплаты живого труда (рабочей силы).

Себестоимость продукции - это выраженные в денежной форме текущие затраты (издержки производства) предприятия на производство, а также реализацию продукции. Учет, планирование и анализ структуры данных затрат складывается путём расчета сметы затрат, необходимых для производства продукции

Калькулирование представляет собой расчет себестоимости единицы конкретного вида продукции по статьям затрат, которые называются калькуляционными. Эти статьи объединяют в себе затраты, образованные с учетом конкретного производственного назначения и места возникновения, независимо от того, к какому экономическому элементу они относятся. Например, затраты на энергию, используемую на технологические цели, учитываются отдельно от других энергетических затрат.

Прибыль – это важнейший экономический показатель производства, характеризующий финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия, отражающий производственный, бытовой, производственной, бытовой, снабженческий и финансовый аспект деятельности предприятия.

Эффективность работы предприятия оценивается целым рядом показателей, отражающим результаты работ в различных сферах деятельности предприятия.

Так, например, показатели рентабельности производства, являются относительными характеристиками финансовых результатов, именно с их помощью оценивается доходность предприятия с различных позиций. Существует несколько показателей расчёта рентабельности.

В зависимости от того, какая прибыль (балансовая или чистая) используется при расчете показателя, в экономике различают общую и чистую рентабельность производства. Чистая рентабельность даёт возможность предприятию направлять чистую прибыль, прежде всего на развитие производства.

Уровень рентабельности производства является важнейшим показателем эффективности деятельности фирмы и показывает руководству возможности её «выживания» в непростых условиях рыночной экономики.

Этот показатель даёт возможность определить руководству предприятия, какое производство и какого вида продукцию наиболее выгодно производить фирме в данный момент.

IV. ЗАКЛЮЧЕНИЕ И ВЫВОДЫ

В ходе написания данной статьи, автором были представлены аспекты, связанные с организацией внутрифирменного планирования на примере машиностроительного предприятия. Причём основной упор был сделан на раскрытие понятия и содержания производственной программы, как документа, определяющего стратегическое и текущее развитие предприятия.

Основные выводы, озвученные автором:

определена категория планирования, как основной источник разработки стратегии предприятия, в том числе, в краткосрочной и долгосрочной перспективе;

- приведены определения планов, в том числе по времени, форме и содержанию;

- раскрыто содержание таких экономических категорий как готовая продукция, товарная продукция, реализованная продукция;

- раскрыто значение, как итог организации планирования на предприятии, расчётных показателей, влияющих на финансовый результат предприятия (прибыль, рентабельность и т. п.).

- даётся разница понятий между готовой продукцией и незавершённым производством, полуфабрикатами и услугами промышленного характера.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Организация и планирование производства / под ред. М. Ф. Балакина, В. А. Рязанова. М.: Academia, 2018. 736 с.

2. Немогай Н. В., Бонцевич Н. В. Конкурентоспособность предприятия: учеб. Минск: Республ. ин-т высшей школы, 2019. 524 с.

3. Новицкий Н. И. Организация, планирование и управление производством, практикум (курсовое проектирование). М.: КноРус, 2018. 320 с.

4. Растова Ю. И., Фирсова С. А. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие. М.: КноРус, 2021. 280 с.

5. Слак Н., Чемберс С., Джонстон Р. Организация, планирование и проектирование производства. Операц ационный менеджмент. М.: Инфра-М, 2018. 816 с.

6. Акуленко Н. Б., Девяткин О. В. Быстров А. В. Экономика предприятия (организации, фирмы): учеб. 5-е изд, перераб. и доп. М.: Инфра-М, 2020. 771 с.

УДК 331.556

ВЛИЯНИЕ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ

А. В. Пантелеева

ОВМ МО МВД России «Светлогорский», Российская Федерация, Калининградская обл., г. Светлогорск, ул. Вокзальная, д. 7

A. V. Panteleeva

OVM MO of the Ministry of Internal Affairs of Russia «Svetlogorsk», Russian Federation, Kaliningrad region, Svetlogorsk, Vokzalnaya str., 7

Аннотация. В статье обсуждается влияние миграции на экономическую безопасность страны. Воздействие оценивается с точки зрения потенциальных угроз экономической безопасности. Дается сравнение положительные и негативные последствия миграционных процессов для экономической безопасности для подробного разбора этой темы. Основным методом исследования в рамках представленной статьи является системный подход к оценке функционирования исследуемой проблемы. Использованы также такие методы, как методы научного познания, сравнительный анализ и синтез.

Ключевые слова: нелегальная миграция, безработица, трудовая миграция, мигранты, внутренняя и внешняя миграция, миграционные процессы, экономическая безопасность, трудоспособное население, оплата труда.

I. ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время миграционные процессы как в России, так и во всем мире, оказывают существенное влияние на экономическую безопасность. Актуальность данных процессов в России определяется значительной территорией страны, неравномерностью распределения по ней населения и несоответствие этого распределения потребностям национальной экономики, а также значительным числом пограничных государств (Россия имеет границы с восемнадцатью государствами).

Эффективное управление миграционными процессами органами государственной власти, с одной стороны, позволяет исключить, либо свести к минимуму их негативное влияние на экономическую безопасность как страны в целом, так и отдельных регионов, а, с другой стороны, обеспечить максимальное использование всего положительного влияния миграции населения на социально-экономическое развитие страны. С другой стороны, при отсутствии четкой и эффективной государственной политики миграционные процессы будут протекать стихийно, и их влияние на экономическую безопасность территорий будет преимущественно негативным.

Актуальность представленной статьи обусловлена тем обстоятельством, что мировые миграционные процессы играют значительную роль в демографическом и социальном развитии отдельных стран и регионов. Приток и отток в международной миграции рассматривается как основной компонент трудового потенциала,

роста демографических и социальных показателей, что является базовой составляющей экономической безопасности любого субъекта. Высокие темпы прироста международных мигрантов демонстрирует необходимый уровень для постоянного воспроизводства и поддержки необходимого уровня экономической безопасности как региона, так и страны в целом.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Основной задачей представленной статьи является определение основных положительных и негативных последствий миграционных процессов для экономической безопасности России.

III. ТЕОРИЯ

Миграция населения – это сложный социальный процесс, тесно связанный с изменением экономической структуры и размещением производительных сил, с ростом социальной и трудовой мобильности населения. Анализируя дефиниции понятия «миграция», необходимо отметить, что в целом в настоящее время можно выделить два подхода к определению этого термина. Первая группа рассматривает миграцию как любое перемещение: территориальное, профессиональное, социальное и т.д. Ко второй группе, наиболее распространенной и признаваемой в настоящее время, относят те определения миграции, которые включают только территориальные перемещения населения [2, с. 26].

Миграционные процессы существенно различаются по срокам, причинам, целям, расстоянию, а также другим факторам. На рисунке 1 представлена классификация миграционных процессов по основным классификационным признакам.



Рис. 1. Классификация видов миграции [5, с. 34]

В свою очередь, экономическая безопасность страны обеспечивается при условии наличия в государстве необходимого объема ресурсов, способствующих поддержанию и развитию социально-экономической стабильности общества и роста его благосостояния. В качестве ресурсов могут быть отмечены трудовые мигранты, обуславливающие качественный и количественный приток рабочей силы и влияющие на стабильность демографической ситуации.

Тенденция глобального разделения труда обуславливают постоянный переток мигрантов из одних стран в другие. С одной стороны, данный процесс провоцирует возникновение определенного комплекса проблем, а с другой – положительные последствия для принимающей стороны [1, с. 88].

Неравномерное экономическое развитие отдельных стран, несоответствие фаз промышленного цикла в разных странах породили явление трудовой миграции. Она характеризует территориальную мобильность работающего населения на рынке труда. В качестве основных причин, обуславливающих трудовую миграцию, можно выделить: переселение с целью поиска высокооплачиваемой работы, повышение уровня жизни.

Как правило, миграционные потоки перетекают из неблагополучных стран в более развитые. Одним из негативных факторов, подталкивающих иностранных граждан к переселению является безработица, существу-

ющая в их странах. Данная проблема инициирует как внешние миграционные потоки, так и внутренние [2, с. 30].

Что касается внутренних миграционных потоков, то они подразумевают движение рабочей силы в пределах одной страны. По сведениям государственной статистики, в среднем за год по России перемещается около 2 млн. человек (чуть больше 1% населения). В основном перемещение происходит в пределах одного региона (из сельской области в город) [7].

Внешняя миграция – переезд населения в другую страну с пересечением государственных границ. По данным Министерства труда Республики Таджикистан, 7% всей рабочей силы страны приходится на Россию. В то же время нелегальные трудовые мигранты из этой страны вывозят и отправляют домой более 1 миллиарда долларов ежегодно из России, что в два раза превышает национальный бюджет страны. По оценкам Российской академии наук, ежегодные переводы граждан СНГ из России на родину составляют 3,67 миллиарда долларов. По данным МВД России, посетители из соседних стран экспортируют из страны от 13 до 15 миллиардов долларов в год. Нелегальная трудовая миграция может привести к дефициту платежного баланса и обесцениванию рубля [6].

По данным исследования многих современных экономистов, полноценное развитие российской экономики станет невозможным без существенного пополнения ресурсов трудовой миграции, даже при условии роста производительности труда. Стоит отметить, что в настоящее время на региональных рынках труда уже чувствуется недостаток в рабочей силе.

Большинство мигрантов хотят легально работать в России и содержать свои семьи у себя на родине. По официальным данным, за последнее десятилетие участие иностранных рабочих в экономике нашей страны увеличилось в 5,4 раза [7]. Миграционные потоки стали более эластичными. Это означает, что они адаптировались к воздействию внешних факторов, благодаря чему повысилась способность оперативного пополнения страны необходимым объемом рабочей силы.

Таким образом, влияние международной миграции на экономическую безопасность обусловлена тем, что трудовая миграция становится одним из главных проявлений экономической глобализации и регионализации. Преобразование мирового пространства в единую экономическую зону и необходимость в развитии трудовых отношений привело к интеграции рынка труда с помощью международных связей, а в последующем - миграции. Если ранее миграционные международные отношения казались чем-то недостижимым, то на сегодняшний день обыденным явлением. Необходимо выделить, что международная миграция считается побуждающей силой для формирования интернациональных взаимоотношений, а также системой приобщения развивающихся государств к культуре и трудовым отношениям наиболее цивилизованных стран [3, с. 95].

Однако это в том случае, если межгосударственная миграция носит легальный и контролируемый характер, то есть рассматривается как благоприятное социально-демографическое явление. В случает противозаконного пересечения границы, межгосударственная миграция может причинить вред социальной стабильности и нанести урон политической устойчивости страны. Как пример, можно рассмотреть проблему с миграционной активностью в европейских странах.

Выделяют различные причины, побуждающие менять место жительства и пребывания. Причины миграции можно обобщить в два вида - добровольный и вынужденный. В свою очередь, добровольная миграция подразумевает изменение местоположения в связи с поиском лучшей жизни, более высокой заработной платы или же повышением на работе. Вынужденная миграция происходит по независящим причинам: политические волнения, войны, природные катастрофы и т.д. [3, с. 96].

Самым идеальным и желательным вариантом считается образовательная миграция, при которой происходит «утечка мозгов». «Утечка мозгов» — это международное миграционное движение высококвалифицированных специалистов. Стоит учесть, что данное миграционное явление является положительным только для принимающей эмигрантов стране. Похожее явление – утечка капитала, при котором происходит экспорт финансовых ресурсов за пределы страны. По данным Международной организации в XXI в. количество трудовых мигрантов насчитывало около 120 млн. чел. В эту статистику никак не вступает количество незаконной зарубежной миграции. На сегодняшний день легальные рабочие мигранты считаются важным компонентом для формирования финансовых концепций цивилизованных государств, однако Российская Федерация лишь накапливает силы для интенсивного привлечения иностранных мигрантов, а также последующего партнерства на бирже трудовых отношений [1, с. 90].

В целом же с точки зрения обеспечения экономической безопасности отдельных территорий миграционные процессы могут оказывать как положительное, так и негативное влияние. Изначально рассмотрим положительные последствия миграционных процессов в России как принимающей стране (регионе/ субъекте РФ):

1. Сокращение существующего в регионе дефицита трудовых ресурсов. Дефицит трудовых ресурсов существенно ухудшает экономическое развитие территории. Во-первых, он препятствует созданию новых предприятий, а также расширению действующих. Достаточно часто предприятия предпочитают увеличивать допол-

нительные мощности на территориях, где вероятность возникновения сложностей с кадровым обеспечением будет минимальной. Во-вторых, дефицит трудовых ресурсов достаточно часто приводит к удорожанию рабочей силы, что в свою очередь на определенном уровне может привести к тому, что перенос предприятия или производства в другой регион будет экономически выгодным. В-третьих, дефицит трудовых ресурсов может обуславливать недовыполнение производственных программ на предприятиях региона, что, в свою очередь, окажет влияние на размер налоговых отчислений и финансирование компаниями социальной сферы (особенно это важно в моногородах).

Если уменьшить дефицит трудовых ресурсов за счет естественной прибыли населения возможно только в долгосрочной перспективе (через 20-25 лет), то благодаря миграции населения в трудоспособном возрасте сокращения данного дефицита можно добиться уже в краткосрочной перспективе.

2. Повышение качества городской среды. Качество городской среды существенно зависит от эффективности деятельности коммунальных служб, обеспечивающих уборку территорий, зданий, выполнение работ по озеленению территории, проведения ремонтных работ (прежде, всего дорожного строительства и т.д.). Однако низкий уровень оплаты труда в данной сфере в сочетании с низким социальным статусом этих работников обуславливает наличие существенных сложностей по кадровому обеспечению данных служб, а также низкой мотивации их персонала. Трудовая миграция достаточно часто обеспечивает привлечение на региональный рынок труда мигрантов, готовых к черновой и тяжелой работе с низким уровнем оплаты труда. Благодаря этому, органы государственной власти и местного самоуправления могут обеспечить укомплектование городских коммунальных служб необходимым персоналом, что, в свою очередь, окажет положительное влияние на качество городской среды.

3. Возможность привлечения обученных и высококвалифицированных специалистов. В настоящее время подготовка высококвалифицированных специалистов требует существенных временных, финансовых и организационных затрат. Благодаря трудовой миграции регионы, имеющие высокий уровень социально-экономического развития, за счет более высокого качества жизни и возможности карьерного и профессионального развития могут привлекать квалифицированных специалистов в различных сферах, которые в свою очередь будут благоприятно влиять на трудовой потенциал региона (города) и возможности его экономического развития.

4. Улучшение демографической ситуации. В силу психологических возрастных особенностей в зрелом возрасте люди крайне неохотно меняют свое место жительство, и большинство мигрантов находятся в трудоспособном возрасте. При этом если миграция предусматривает переезд как смену постоянного местожительства, то кроме людей в трудоспособном возрасте приезжают и их дети. Поэтому миграция улучшает демографическую ситуацию и уменьшает проблему старения населения.

5. Увеличение научного и инновационного потенциала территории. При условии высокого социально-экономического развития территории и широких возможностей для научной и образовательной деятельности в данный регион (город) могут приезжать научные сотрудники, которые на родине не имели достаточно возможностей для профессионального развития, научной деятельности, либо их не устраивало их качество жизни. Кроме того, что сами по себе научные сотрудники являются ценнейшим трудовым ресурсом, их миграция может обеспечить на новом месте работы синергетический эффект за счет того, что научные школы и направления исследования могут различаться и их совмещение может привести к повышению эффективности научной работы.

6. Сезонная миграция может позволить обеспечить разовое удовлетворение в трудовых ресурсах. В отдельных сферах потребность в труде носит ярко выраженный сезонный характер и только несколько месяцев в году (от 2 до 5) нужны значительные ресурсы. Решение данной проблемы возможно только за счет сезонной миграции.

7. Благоприятное влияние на уровень инфляции. Трудовые мигранты приезжают с целью заработка денег, поэтому чаще всего, они склонны к минимизации своих затрат, чтобы привести домой как больше денег. В свою очередь это оказывает благоприятное влияние на уровень инфляции.

8. Культура, принимающей территории, обогащается за счет того, что мигранты в рамках их интеграции в местное сообщество приносят элементы и своей культуры.

Также миграционные процессы могут оказывать положительное влияние и на экономическую безопасность Российской Федерации и ее субъектов. К основным положительным последствиям следует отнести:

1. Снижение напряженности на рынке труда в случае существенной безработицы, что счет сокращения числа безработных.

2. Повышение устойчивости национальных валют (в случае международной трудовой миграции), а также росту инвестиций в национальную / региональную экономику за счет поступлений от мигрантов. При этом уровень данных поступлений может быть достаточно существенным. К примеру, в Ливане переводы трудовых мигрантов составляют около 22 % от ВВП, в Молдавии – около 23 %, а в Таджикистане достигают 35% [4, с. 117].

Однако миграцию нельзя рассматривать исключительно, как положительное явление, т.к. оно может иметь существенное количество и негативных последствий для экономической безопасности России. К основным негативным последствиям миграционных процессов следует отнести:

1. Ухудшение условия для трудоустройства местного населения. Трудовая миграция повышает уровень конкуренции на рынке труда. Даже в условиях дефицита рабочей силы сотрудника местному населению приходится конкурировать с мигрантами, при этом речь идет не только о низкоквалифицированной рабочей силе, но в сферах высококвалифицированного труда. К примеру, в Москву нередко переезжают высококвалифицированные и талантливые врачи, которые конкурируют с местными врачами за должности и рабочие места, что ухудшает их условия, т.е. без трудовой миграции им было бы проще устроиться и получить карьерное продвижение.

2. Снижение доходов местного населения. Чаще всего, данные последствия касаются сферы с низкоквалифицированным трудом. Низко квалифицированные и малообразованные трудовые мигранты достаточно часто соглашаются работать за низкую заработную плату, поэтому цена труда в этой сфере падает. В результате доходы местного населения, занятого низкоквалифицированным трудом, может сокращаться.

3. Увеличение численности местных жителей, находящихся в трудной жизненной ситуации и рост бюджетных расходов на их социальную защиту. Существенная часть людей, находящихся в трудной жизненной ситуации, заняты на работах, использующих низко квалифицированный труд, и значит из-за трудовой миграции их доходы могут снижаться. С одной стороны, размеры их доходы очень часто близки к прожиточному минимуму и даже небольшое их снижение может привести к существенному ухудшению их социальной защищенности. А с другой стороны, данные категории населения, обладая низкой конкурентоспособностью на рынке труда, не способны к работе, предполагающую более высокую квалификацию. В результаты численность местных жителей, находящихся в трудной жизненной ситуации, растет, и как следствие будут увеличиваться бюджетные расходы на их социальную защиту и поддержку.

4. Рост уровня безработицы. В ситуации, когда на рынке труда нет дефицита трудовых ресурсов, миграционные процессы будут приводить к повышению уровня безработицы и, прежде всего, среди наименее социально-защищенных слоев населения.

5. Приток на региональный рынок труда дешевой рабочей силы уменьшают потребность во внедрении современных трудосберегающих технологий, т.к. проще не приобретать, внедрять и обслуживать новое оборудование или совершенствовать технологию работы, а больше привлекать дешевых сотрудников.

6. Уменьшение роли титульной нации и прав её представителей. Существенное увеличение населения за счет миграционных процессов может приводить к уменьшению удельного веса жителей, относящихся к титульной нации, в общей численности населения. Это оказывает отрицательное влияние на сохранение культуры территории, традиций и т.д.

7. Уменьшение качества человеческого потенциала территории в долгосрочной перспективе. Чаще всего превалирующая часть мигрантов имеют низкий уровень образования и квалификации. При интеграции трудовых мигрантов крайне сложно добиться, чтобы их дети стремились к получению хорошего образования. В результате в долгосрочной перспективе это оказывает неблагоприятное влияние на трудовой потенциал региона и уменьшает его возможности по инновационному развитию.

8. Увеличение конфликтов на национальной и религиозной почве. При значительных миграционных потоках на территории стран или регионов – реципиентов достаточно часто формируются сообщества мигрантов со своими обычаями, нормами морали и религией. При этом в данной ситуации мигранты меньше стремятся к интеграции в местные сообщества и сохраняют такой же образ жизни, как и был у них родине, однако это достаточно часто идет вразрез с устоявшимися нормами и обычными местного сообщества. Следствием этого становятся конфликты между мигрантами и местным населением на национальной, либо религиозной почве.

9. Ухудшение криминогенной обстановки, и рост теневой экономики.

10. Ухудшение демографической ситуации в России.

11. Снижение уровня человеческого потенциала в России, т.к. уезжает преимущественно наиболее активная и квалифицированная часть трудовых ресурсов.

12. В последнее время одной из наиболее серьезных проблем для России является «утечка мозгов». Формирование научных кадров предполагает существенные финансовые затраты от государства. Однако достаточное число ученых переезжают в другой регион или страну, чтобы обеспечить повышение качества своей жизни, либо возможно реализовать свой научный потенциал. В результате затраты России остаются не эффективными, т.к. деятельность данного научного сотрудника не принесла пользы для развития нашей страны.

Таким образом, миграционные процессы могут иметь для экономической безопасности России как положительное, так и отрицательное влияние. Это обуславливает важность государственной миграционной политики, которая призвана уменьшить неблагоприятные последствия миграционных процессов и увеличить положительные.

IV. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Миграция – это территориальные перемещения населения, совершающиеся между разными населенными пунктами или регионами, независимо от продолжительности, регулярности и целевой направленности. Миграция обеспечивает реализацию функций перераспределения населения, а также селективную и ускорительную

2. К основным положительным последствиям миграции для экономической безопасности России следует отнести: сокращение дефицита трудовых ресурсов; повышение качества городской среды; наличие возможности привлечения обученных и высококвалифицированных специалистов на рынок труда; улучшение демографической ситуации; увеличение научного и инновационного потенциала территории; удовлетворение в сезонных (краткосрочных) потребностях трудовых ресурсов; сдерживание инфляционных процессов; обогащение культуры и снижение напряженности на рынке труда России.

3. К основным негативным последствиям миграционных процессов для экономической безопасности России следует отнести: ухудшений условия для трудоустройства местного населения; снижение доходов местного населения; увеличение числа местного населения, находящегося в трудной жизненной ситуации; рост уровня безработицы; замедление внедрения современных трудосберегающих технологий; увеличение конфликтов на национальной и религиозной почве; ухудшение криминогенной обстановки и рост теневой экономики; ухудшение демографической ситуации в России.

Подводя общий итог, можно сказать, что процессы трудовой миграции по-разному влияют на экономическую безопасность стран. Россия использует иностранную рабочую силу в целях развития своих производительных сил.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аверин А. Н. Государственное регулирование демографических и миграционных процессов в Российской Федерации. М.: Проспект, 2018. 130 с.

2. Балашова Т. Н. Конституционно-правовые проблемы формирования миграционной политики. М.: Юридический центр, 2017. 304 с.

3. Гаврилова Т. Международная миграция и занятость в современном обществе. М.: LAP LambertAcademicPublishing, 2017. 232 с.

4. Галас М. Л. Миграционные риски для России. Прогнозирование национальных угроз: моногр. М.: Русайнс, 2017. 353 с.

5. Степанов А. В. Национальная безопасность, миграционная безопасность, миграционный правопорядок: теоретико-правовой анализ. Пермь: Пермский институт ФСИН России, 2015. 305 с.

6. Сектор изучения миграционных и интеграционных процессов РАН. URL: https://www.isras.ru/cikipe.html (дата обращения: 28.10.2022).

7. Статистика миграции по данным Росстата. URL: https://rosinfostat.ru/migratsia/ (дата обращения: 31.10.2022).

УДК 519.83:624

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ИГР В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

В. А. Панюшкин

Калининградский Государственный Технический Университет, г. Калининград, Россия

V. A. Paniyshkin

Kaliningrad State Technical University, Kaliningrad, Russia

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы применения теории игр в решении экономико-инженерных задач. Показаны особенности применения теории игр в задачах сферы строительства. В данной статье дается обзор прикладного характера теории игр, рассмотрены стратегии решения инженерных задач, представлены конкретные примеры применения решений задач.

Ключевые слова: теория игр, матрица, строительство.

I. ВВЕДЕНИЕ

В строительстве необходимы комплексные решения, основанные на неполной информации о факторах влияниях, связях и возможных событиях. Инженерная работа направлена на то, чтобы заблаговременно спланировать необходимые действия для решения подобных задач. Выбираются инструменты, механизмы, процессы и создаются концепции их согласования.

Подробно рассматривая типовые решения строительной эксплуатации, можно заметить, что такой информацией часто пренебрегают. Либо используются наиболее благоприятные параметры, а избыточный размер или другие экономические недостатки рассматриваются как заданные, либо применяются упрощенные детерминированные модели, возможно модифицированные в соответствии с опытом, но недостаточно точно отображающие ситуацию. Такой подход, как правило, приводит к допустимому решению, но не обязательно к наиболее эффективному.

Применение принципов теории игр позволяет оценить решения относительно необходимых действий и дать ориентиры для их выбора.

Простая оценка всех возможных результатов решений не всегда достаточна, так как для каждого решения могут быть получены разные, взаимоисключающие результаты. Поскольку заранее неизвестно, какой результат на самом деле произойдет, необходимы критерии принятия решения, учитывающие совокупность всех возможных результатов.

В качестве решения этой проблемы предлагается применение задач теории игр. Теория игр занимается представлением конфликтных ситуаций и их разрешением. Таким образом, позволяя выбрать наиболее благоприятное из множества различных вариантов поведения.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель статьи - показать возможности теоретико-игрового моделирования при обосновании выбора приоритетного варианта решения в деятельности строительных организаций.

III. ТЕОРИЯ

Общее представление о теории игр

В определенных ситуациях, называемых позиции, игрок должен принять решение, называемое шаг или действие. Это не то же самое, что стратегия. А стратегия это план, с помощью которого игрок выбирает ход в каждой позиции. Рациональное поведение обычно предполагается для всех игроков. То есть у игроков есть предварительное представление об игре и необходимо попытаться выиграть с наибольшей выгодой для себя, при этом понимая, что другие игроки также пытаются оптимизировать свои выигрыши.

Теория матричных игр

Сегодня для решения инженерных задач используются матричные игры. Эти игры представляют собой игры двух элементов с нулевой суммой:

$$\Gamma = (S_1, S_2, A),$$

где S_1 для i = 1,...,m стратегий игрока I,

S_2 для j = 1,...,n стратегий игрока II,

A – функция выигрыша игроков I и II:

	S_{21}	S_{22}	…	S_{2n}
S_{11}	a_{11}	a_{12}	…	a_{1n}
S_{12}	a_{21}	a_{22}	…	a_{2n}
⋮	⋮			
S_{1m}	a_{m1}	a_{m2}	…	a_{mn}

Для этих игр в идеале получается решение с седловой точкой (простой принцип минимума-максимума) или комбинация стратегий (расширенный принцип минимума-максимума).

Простой принцип min-max.

$$\alpha = \max_i \min_j a_{ij}; \quad \beta = \min_j \max_i a_{ij}.$$

Если α = β = γ, то в решении получается седловая точка с чистыми стратегиями (одна оптимальная стратегия для каждого игрока) – тривиальное решение.

Расширенный принцип минимум-макс.

Точка равновесия со смешанными стратегиями рассчитывается (комбинация стратегий) как:

$$\max_i \min_j A(s_1, s_2) = \min_i \max_j A(s_1, s_2) = A\left(s_1^*, s_2^*\right) = \nu.$$

Прикладные задачи

Подбор вариантов

Основное применение матричных игр — выбор вариантов, что представляет собой проблему многокритериальных решений.

Для описания задачи варианты назначаются стратегиям игрока I икритерии к стратегиям игрока II. Для платежной функции в простых случаях используются безразмерные оценочные числа. Такие цифры лишь приблизительно описывают ситуацию. Поэтому разумно использовать реальные характеристические значения. Поскольку они имеют разную размерность, их эффективность несопоставима. Для сравнения характеристических значений они отображаются на интервал [1, 0] или [1,~0]. В зависимости от вида задачи существует несколько вариантов преобразования значений характеристик. Как правило, можно провести различие между линейными и нелинейными преобразованиями.

Варианты с одной переменной

Для выбора вариантов можно использовать m вариантов и n критериев. Варианты сгруппированы для решения задачи. Пометив переменную знаком X, даются следующие варианты:

VAR.1 = VAR (X1), VAR.2 = VAR (X2), ..., VAR.M = VAR (Xm).

В обобщенном виде это можно записать так:VAR.i = VAR (Xi).

И этих вариантов результаты: $a_{ij} = a_i(Xi)$.

по критериям Kj∈ {K1 , . . , Kn} рассчитываются и добавляются в матрицу решений:

	K_1	K_2	…	K_n
VAR.1 = VAR (X_1)	a_{11}	a_{12}	…	a_{1n}
VAR.2 = VAR (X_2)	a_{21}	a_{22}	…	a_{2n}
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
VAR.M = VAR (X_m)	a_{m1}	a_{m2}	…	a_{mn}

При вариантах VAR.i = VAR(Xi) в качестве стратегий игрока I критерии Kj∈ {K1 , . . , Kn}, тауже

как и стратегии игрока II, а преобразованные значения $a_{ij} = a_i(Xi)$выступает как функция выигрыша или решение задачи. Возможна игра двух лиц с нулевой суммой.

Пример: Многокритериальный анализ при строительстве автомагистралей

Неуклонный рост дорожного движения в России требует расширения сети дорог и автомагистралей. Помимо строительства новых маршрутов, особое значение имеет модернизация существующей сети. Это включает ремонт поврежденных участков автомагистрали и расширение полосы движения с 4 до 6.

Были проанализированы следующие варианты 6-полосного расширения автомагистрали в Москве:

Вариант 1 – Реконструкция с бетонной поверхностью, измененным положением оси и уклоном;

Вариант 2 – Реконструкция с асфальтовым покрытием, измененным положением оси и уклоном;

Вариант 3 – Реконструкция с бетонной поверхностью, измененным положением оси и идентичным уклоном;

Вариант 4 – Реконструкция с асфальтовым покрытием, измененным положением оси и идентичным уклоном;

Вариант 5 – Реконструкция с бетонной поверхностью, одинаковым положением оси и одинаковым уклоном;

Вариант 6 – Реконструкция с асфальтовым покрытием, одинаковым положением оси и одинаковым уклоном.

Выбор производился по критериям: стоимость строительства, сроки строительства, долговечность, экологичность и экономическая эффективность. Он был направлен на поиск оптимального решения, которое наилучшим образом удовлетворяет указанным критериям.

Значения критериев стоимости, сроков строительства, протяженности трассы, шумозащиты берутся из эксплуатационной документации. Были использованы следующие значения:

Таблица 1

Многокритериальный анализ при строительстве автомобильных дорог

Вариант	Стоимость (млн. руб.)	Эксплуатация (годы)	Уровень шума (мин)	Протяженность трасы (м)	Сроки (дни)
1	12.49	30	62,61	1088	761
2	12.37	20	59,61	1088	746
3	11.10	27	62,62	992	669
4	10,98	18	59,62	992	654
5	11.02	24	62,83	998	700
6	10,90	16	59,83	998	685

Численное решение было выполнено с помощью программного обеспечения. Значения таблицы 1 отображаются на безразмерный интервал с помощью нелинейного преобразования:

$$b_{ij} = \left(\frac{\min\limits_{i} a_{ij}}{a_{ij}} \right)^3$$ для минимума $$b_{ij} = \left(\frac{a_{ij}}{\max\limits_{i} a_{ij}} \right)^2$$ для максимума.

Решение производится по формуле расширенного принципа минимума-максимума.

Получены векторы решений: S_1 = (0,254; 0; 0,746; 0; 0; 0) и S_2 = (0; 0,612; 0; 0; 0,388).

Вариант 3 - оптимальный вариант. Сравнительный расчет с **критерием Лапласа**, при котором все критерии считаются одинаково важными, подтверждает этот результат. Теоретико-игровое равновесие формируется критериями долговечности и периода построения.

Так же выберем оптимальный вариант по **критерию Гурвица** с показателем 0,6. Коэффициент оптимизма α (0≤α≤1), характеризующий отношение к риску лица, принимающего решение. Эффективность находится как взвешенная с помощью коэффициента, а сумма максимальной и минимальной оценок по формуле:

Копт(Ai)=αmaxj+(1-α)minj

$$Aij=\begin{vmatrix} 12.49 & 30 & 62.61 & 1088 & 761 \\ 13.37 & 20 & 59.61 & 1088 & 746 \\ 11.10 & 27 & 62.62 & 992 & 669 \\ 10.98 & 18 & 59.62 & 992 & 654 \\ 11.02 & 24 & 62.83 & 998 & 700 \\ 10.90 & 16 & 59.83 & 998 & 685 \end{vmatrix}$$

A1=0,6×1088+0,4×12,49=657,796
A2=0,6×1088+0,4×13,37=658,148
A3=0,6×992+0,4×11,10=599,640
A4=0,6×992+0,4×10,98=599,592
A5=0,6×998+0,4×11,02=603,208
A6=0,6×998+0,4×10,90=603,160

$$Aij=\begin{vmatrix} 12.49 & 30 & 62.61 & 1088 & 761 & 657.796 \\ 13.37 & 20 & 59.61 & 1088 & 746 & 658.148 \\ 11.10 & 27 & 62.62 & 992 & 669 & 599.640 \\ 10.98 & 18 & 59.62 & 992 & 654 & 599.592 \\ 11.02 & 24 & 62.83 & 998 & 700 & 603.208 \\ 10.90 & 16 & 59.83 & 998 & 685 & 603.160 \end{vmatrix}$$

Оптимальная стратегия по критерию Гурвица Копт=(A2)=658.148

Расчет оптимального количества неполных сборочных линий для производственного цикла рабочего цикла, выбор стеновых конструкций в жилищном строительстве, оценка влияния торговых центров на структуру города, выбор подрядчика по обслуживанию зданий являются примерами применения теории игр в строительстве.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

Исследование методов матричных игр является важным вопросом, так как матричные игры используются в системах принятия решений. Матричные игры могут служить математическими моделями во многих областях, экономики, строительства, медицины и так далее, для решения простейших конфликтных ситуаций.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Применение матричных игр в строительстве становится неотъемлемой частью. На примере прикладных задач было доказано, что их применение возможно, и нужно внедрять теории Лапласа, Гурвица и других для принятия оптимальных решений.

IV. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Применение теории матричных игр может показаться простым. Однако мы знаем, что всякую реальную проблемную ситуацию трудно анализировать из-за многих, в том числе сложных, влияний. Каждое формальное описание матричной игры имеет особенности, которые необходимо учитывать как при решении, так и при формализации функции выигрыша. Цель результатов всегда является решающим элементом. Здесь необходимо четкое и однозначное определение проблемы. Этот вопрос становится все более актуальным в свете усложнения подготовки к строительству, а потребность в объективности приобретает новые измерения. Применение теории матричных игр будет способствовать повышению объективности строительной подготовки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вентцель Е. С. Исследование операций. Задачи, принципы, методология. М.: Высшая школа. 2007. 208 с.
2. Деркач Д. В. Матричные игры: задания и методические рекомендации по выполнению самостоятельных расчетных работ: учеб.-метод пособие. Армавир, 2010. 44 с.
3. Луньков А. Д. Теория игр. Саратов: Изд-во Саратов. гос. ун-та им. Н. Г Чернышевского, 2008. 70 с.
4. Протасов И. Д. Теория игр и исследование операций: учеб. пособие. М.: Гелиос АРВ, 2006. 368 с.
5. Невежин В. П. Теория игр. Примеры и задачи: учеб. пособие. М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2014. 128 с.

УДК 330.117

ЭКОСИСТЕМА КАК НОВЫЙ ОБЪЕКТ ЭКОНОМИКИ

А. К. Попов
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Москва, Российская Федерация

A. K. Popov
Financial University under the government of the Russian Federation

Аннотация. Расширение влияния экосистем на национальную и мировую экономики повышают актуальность потребности в описании ряда имманентных свойств данного объекта. Задачей работы ставилось исследование экосистемы (нового способа кооперации) как нового экономического объекта с позиции организации взаимодействия (менеджмент), стратегий позиционирования на открытом рынке (маркетинг), внутренней эффективности (микроэкономика) и влияние на всю экономическую систему в целом (политэкономический подход). В связи с поставленной задачей использовались синтетические инструменты анализа, присущее каждой сфере. В результате исследования доказано, что экосистема является новым институциональным субъектом, способным эффективно решать вопросы координации в рамках венчурных инвестиций и формирования клиентского спроса.

Ключевые слова: экосистема, организация будущего, новые подходы к финансированию.

I. ВВЕДЕНИЕ

Экспоненциальный рост экосистем в рамках национальной и мировой экономик во многом объясняется новым форматом взаимодействия между цепочной Производитель – дистрибутор – покупатель – потребитель. Изменения цепочки взаимодействия привело к новым формам бизнес-моделей, что проявилось в усложнении характера взаимодействия с частными и корпоративными клиентами, включив в цепочку участников государство: B2G2C (экосистема – государство- частные клиенты) и B2G2B (экосистема -государство – корпоративные клиенты)

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В настоящий момент отсутствует единая интерпретация экосистемы как экономического явления. При этом различные экономисты в своих исследованиях делают больший упор на отдельные институциональные/ маркетинговые особенности экосистемы, например, экосистема – интеграционная платформа или экосистема – инструмент инноваций. В данном исследования предполагается сформировать единое политэкономической заключение об экосистеме как новом экономическом объекте, основанном на разностороннем исследовании свойств экосистемы.

Решение данной задачи позволит сформировать теоретическую базу для государственного регулирования деятельности экосистемы как единого объекта.

III. ТЕОРИЯ

Наиболее интуитивно понятным описанием экосистемы является представление ее как совокупности аффилированных компаний, формирующих свой бизнес вокруг какой-то конкретной потребности клиента. Таким образом, можно говорить, что основной формирования экосистемы стал качественный переход в удовлетворении конечной потребности клиента, который заключался в отказе от продуктовой концепции и переходу к концепции удовлетворения клиентского сценария от начала до конца.



Рис. 1. Участники экосистемы и характер их взаимодействия

При этом экосистема должна включать следующие элементы:

- Саму интеграционную платформу, позволяющую бесшовно имплементировать сервисы, продукты в жизненный ритм клиентов;
- Развитая платежная система, которая позже трансформируется в финансовую инфраструктуру экосистемы, позволяющую осуществлять кредитные, страховые, расчетные и иные операции для участников экосистемы;

• Автоматизированные системы по сбору и обработки знаний о клиентах, что позволит формировать персонализированные предложения для каждого отдельного клиента;

• Высокий уровень стандартизации и автоматизации процессов, позволяющий ускоренными темпами выводить продукты на полку и показывать операционную эффективность и стратегическую гибкость значительно выше, чем у иных компаний схожего сектора;

Включение дополнительных компаний в периметр экосистемы повышает совокупную выручку всей системы за счет доверия клиентов и возможности реализации кросс-продаж.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Проведенное исследование позволяет обосновать феномен экосистемы как нового политико-экономического явления и института, преодолевающего фундаментальную характеристику обособленности фирмы как субъекта рыночной экономики, и, тем самым, знаменующим новый этап процесса обобществления производства. В нижеследующей таблице приведем определение и характеристики экосистемы с точки зрения отдельных направлений экономической науки.

Таблица 1

Мультидисциплинарное определение экосистемы как нового экономического явления

	Управленческий подход	Институциональный подход
Определение	Децентрализованная форма стратегической координации оперативной деятельности взаимозависимых/независимых компаний и частных дистрибьютеров, направленная на выстраивание сквозных процессов по созданию клиентской ценности между участниками системы в рамках наиболее полного удовлетворения потребности клиента, на которой специализируется экосистема	Социально экономический институт, создающий условия для объединения (на базе технологических и социальных норм базовой компании) сообществ, компаний и частных лиц в рамках создания наиболее полной ценности для удовлетворения потребности клиента, использующий эффекты снижения транзакционных издержек и преодолением барьеров координации для участников системы не лишая их свободы деятельности
Особенности	● Единая долгосрочная стратегия по позиционированию экосистемы ● Единые ценности и принципы работы, диктуемые базовой компанией ● Единый сквозной процесс создания ценности для клиента ● Бюджет распределен между компаниями ● Децентрализованный оперативный менеджмент ● Децентрализованные обеспечивающие и HR процессы	● Единая система распространения не кодифицируемых знаний (ценности базовой компании и атрибуты бренда) ● Минимизация транзакционных издержек в рамках экосистемы (за счет единой интеграционной платформы и платежной финансовой системы). Ресурсы не распыляются за пределы экосистемы ● Эффективный процесс координации деятельности аффилированных предприятий
	Микроэкономический подход	Маркетинговый подход
Определение	Взаимовыгодное объединение аффилированных/ независимых компаний и частных лиц, основанное на синергетическом эффект от долгосрочной модели взаимодействия с клиентами, позволяющем каждому участнику снижать расходы на привлечение и удержание клиента, сохраняя рыночную свободу ценообразования и формирования издержек в рамках внутреннего производственного цикла	Форма кооперации компаний вокруг одной потребности клиента (сегментация клиентов от потребности) на основании клиентоцентрической модели бизнеса, базирующаяся на создание сквозной бренд-идентичности в сознании потребителей и ориентированная на максимизации дохода не в момент приобретения товара, а на этапе его дальнейшего сопровождения.

Окончание табл. 1

	Управленческий подход	Институциональный подход
Особенности	● Снижение средних издержек на удержание клиентов ● Снижение предельных издержек на увеличение объема продаж уже привлеченным клиентам ● Сохранение конкуренции между партнерами в рамках экосистемы ● Низкие предельные издержки на масштабирование бизнеса ● Стремление к монополизации отдельному продукту/услуги, а по времени пользования экосистемой в рамках отдельной потребности ● Модель дохода: ориентация на долгосрочную (пожизненную) ренту ● Эффект синергии: комплексный доход от всех	● Кооперация вокруг одной группы клиентов (объединение вокруг одной потребности) ● Базируется на концепции клиентоцентрического бизнеса ● Иной жизненный цикл получения прибыли по продукту: Потребность клиента ► создание товара ► реализация товара ► сопровождение товара ► кросс-продажи ● Единая стратегия позиционирования услуг экосистемы на рынке

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Экосистема – очередной этап обобществления производства в эпоху системного кризиса рыночно-капиталистической модели экономики, проявляющийся в исчерпании традиционных механизмов накопления капитала. Формирование экосистем есть реакция механизмов накопления капитала на данный кризис, заключающийся в объединении индивидуальных капиталов вокруг производства в первую очередь товаров с высокой долей сервисной составляющей в ценообразовании, ориентированный на ликвидацию экономических и социальных барьеров между поставщиками комплементарных (в рамках единой потребности) товаров и их потребителем. При этом сохраняются и даже усиливаются признаки обобществления производства, достигнутые на более ранних стадиях:

- углубление специализации труда;
- централизация производства вокруг базовых (core) компаний;
- и одновременно появляются новые качественные характеристики обобществления:
- кооперация участников системы на основании интеграционной платформы, единой платежной/финансовой системы, декларируемых ценностей компании;
- интенсификация экономических отношений за счет снижения транзакционных издержек внутри системы и преодоления барьеров координации по стратегическим направления внедрения инноваций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Быканова Н. И., Соловей Ю. А., Гордя Д. В., Коньшина Л. А. Формирование экосистем банков в условиях цифровизации банковского пространства // Экономика. Информатика. 2020. Т. 47, № 1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-ekosistem-bankov-v-usloviyah-tsifrovizatsii-bankovskogo-prostranstva (дата обращения: 13.09.2022).

2. Попов А. К. Тенденции развития национальных финансовых компаний в рамках следующего технологического уклада // Креативная экономика. 2021. Т. 15, № 1. С. 11–34.

3. Толкачев С. А., Попов А. К. // Новое качество процесса обобществления производства на основе экосистем и снятие основного противоречия капитализма // Экономист. 2022. № 8. С. 84–121.

4. Циклические закономерности развития технологических и мирохозяйственных укладов: моногр. / под ред. С. Ю. Глазьева, Д. А. Митяева, С. А. Толкачева. М.: КноРус, 2022. 278 с.

5. Раменская Л. А. Применение концепции экосистем в экономико-управленческих исследованиях // Управленец. 2020. Т. 11, № 4. С. 16–28.

УДК 005.8:658.5

ВНЕДРЕНИЕ ОФИСА УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Е. А. Проскурякова, Т. О. Пудиков
Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I, Санкт-Петербург, Российская Федерация

E. A. Proskuryakova, T. O. Pudikov
Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University, Saint Petersburg, Russian Federation

Аннотация. В статье рассмотрены особенности создания офисов управления проектами. В работе были сформулированы и решены следующие задачи: уточнение специфики понятия «офис управления проектами», выделение функций офиса управления проектами, классификация видов офисов управления проектами, рассмотрение показательного примера опыта внедрения офиса управления проектами в деятельность российской организации. Использованы общенаучные методы: системный подход, анализ и синтез, аналогия, сравнение, обобщение; методы и инструменты статистической обработки данных: табличный метод, методы анализа динамики. Результатом исследования стала систематизация теоретических подходов к внедрению офисов управления проектами в деятельность организации.

Ключевые слова: проект, управление проектами, офис управления проектами.

I. ВВЕДЕНИЕ

В условиях экономической нестабильности важным конкурентным преимуществом организации становится ее способность своевременно реагировать на происходящие изменения. В связи с этим возрастает значение проектной деятельности, являющейся эффективным инструментом управления организацией в динамично меняющейся ситуации на рынке. Проекты могут инициироваться как реакция на следующие вызовы: стратегические возможности, требования рынка, нужды организации, требования заказчика, законодательные требования, научно-технический и технологический прогресс. Одновременно с масштабными инвестиционными проектами могут реализовываться функциональные, направленные на совершенствование существующих производственных процессов.

Вопросам теории управления проектами и созданию офисов управления проектами посвящен целый ряд работ зарубежных и отечественных ученых, таких как Т. Блок, Дж. Кендалл, М. Пери С. Роллинз, В.В. Ильин, М.А. Козодаев, И.И. Мазур и др. Многообразие публикаций по данной тематике подтверждает наличие интереса к ней, а также отражает ее сложность и многогранность. Необходимость в дальнейшей проработке теоретических аспектов, связанных с уточнением понятия «офис управления проектами», классификацией этой формы проектного управления, а также рассмотрение ее потенциальных возможностей на конкретном примере предопределили задачи данного исследования и его структуру.

II. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Управление проектами является динамично развивающимся инструментом успешного ведения бизнеса. Проект – временное предприятие, направленное на создание уникального продукта, услуги или результата [2]. Организации внедряют в свою деятельность проекты с целью достижения поставленных целей. При этом реализации конкретной цели может служить один или несколько проектов, сочетающих уникальные продукты и результаты. Например, создание музыкальной композиции и оформление всех необходимых лизинговых документов на право обладания этим продуктом; создание новой компании по производству автомобилей, с последующей сдачей их в аренду.

Взаимодействие факторов внутренней и внешней среды каждой отдельной организации создает неповторимую систему, в рамках которой реализуются проекты. Для повышения эффективности проектной деятельности многие российские и зарубежные компании активно внедряют в свои организационные структуры офисы управления проектами. Офис управления проектами (ОУП) - организационная структура, стандартизирующая процессы руководства проектами и способствующая обмену ресурсами, методологиями, инструментами и методами. Сфера ответственности ОУП может варьироваться от функций оказания поддержки в управлении проектами до прямого управления одним или более проектами.

Основными задачами ОУП являются:

- административная поддержка (методология, практики, стандарты, шаблоны);
- обучение, коучинг, наставничество и инструктирование менеджеров проектов;
- поддержка проекта на всех стадиях его жизненного цикла;
- обеспечение эффективными инструментами в области проектного управления;
- управление ресурсами проектов;
- обмен информацией между членами команды проекта и другими заинтересованными сторонами проекта.

Таким образом, проектный офис – подразделение, отвечающее за методологическое и организационное обеспечение проектного управления в организации, планирование и контроль портфеля проектов, внедрение и развитие информационной системы планирования и мониторинга проектов, формирование сводной отчетности по программам/проектам.

III. КЛАССИФИКАЦИЯ ОФИСОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТМИ

В организациях могут применяться различные типы ОУП, каждый из которых отличается степенью контроля и уровнем влияния. Эксперты в области управления проектами предлагают разнообразные классификации этой организационной структуры, а также свои названия разным типам ОУП. Рассмотрим некоторые наиболее распространенные классификации.

1. По степени контроля со стороны ОУП:

- поддерживающий тип (низкая степень контроля): проводит консультирование, передавая опыт, извлеченный из других проектов;
- контролирующий тип (средняя степень контроля): оказывает поддержку и требует соответствия определенным стандартам и нормам с помощью различных средств;
- руководящий тип (высокая степень контроля): контролирует реализацию проектов путем непосредственного управления данными проектами.

2. По функциям ОУП [3]:

- проектный офис – управление одним большим проектом и его подпроектами;
- программный офис – управление программой, объединяющей группу проектов;
- офис проектного управления – подразделение компании, отвечающее за методологию управления проектами и управляющее группой проектов;
- корпоративный офис проектного управления – управление методологией проекта.

3. По уровню влияния ОУП:

- репозитарный - источник стандартных методов управления, инструментария и базы знаний по управлению проектами;
- обучающий - обеспечивающий возможность функционирования формального проектного менеджмента через обучение и координацию;
- управляющий - централизация управления проектами.

4. По организационному виду ОУП [4]:

- «проектная канцелярия» - сбор отчетности по текущим проектам, контроль за соблюдением регламента, предоставление руководству своевременной и точной информации о статусе проектов;
- «центр ответственности за текущие проекты» - руководители проектов являются его сотрудниками, офис отвечает за реализацию проектов; выполняет посредническую функцию между производством и отделом продаж, осуществляет контроль исполнения договорных обязательств;
- «центр прибыли» - функции управления портфелем, транслирует стратегию компании в портфель проектов, обеспечивает максимальную рентабельность инвестиций, является посредником между проектами организации и высшим органом управления.

В своей практике управления проектами российские компании зачастую используют различные сочетания несколько типов таких ОУП. Распространенным вариантом является создание офиса управления проектами, состоящего из двух отделов: первый занимается стратегическим управлением проектами, а второй является «канцелярией» или же администрирует текущие проекты и управляет ими.

IV. ПРАКТИКА ВНЕДРЕНИЯ ПРОЕКТНОГО ОФИСА В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ «СКБ-КОНТУР»

СКБ-Контур – российская компания, специализирующаяся на разработке программного обеспечения для электронного документооборота, предлагающая более 70 наименований продуктов для эффективного ведения бизнеса. Была образована в 1988 г. в Екатеринбурге как специализированное конструкторское бюро «Контур»

[5]. В 2020 г. по данным рейтинга RAEX (РАЭКС-Аналитика) компания вошла в ТОП-10 крупнейших IT-компаний по объёму выручки. Динамика выручки СКБ-Контур за последние 10 лет представлена в табл. 1. Объем выручки в 2021 г. составил 22.6 млрд. руб., увеличившись по сравнению с 2012 г. на 18.8 млрд. руб. или на 494.7%.

Таблица 1

Динамика выручки скб-контур

Год	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Выручка, млрд. руб.	3.8	4.5	5.5	6.9	8.6	10.9	13.4	15.4	17.5	22.6
Прирост к 2012 г., млрд. руб.		0.7	1.7	3.1	4.8	7.1	9.6	11.6	13.7	18.8
Темп роста к 2012 г, %		118.4	144.7	181.6	226.3	286.8	352.6	405.3	460.5	594.7

Такому небывалому росту компании в значительной степени способствовало внедрение в 2012 г. проектного офиса. В СКБ-Контур применяется децентрализованный проектный офис, внутри которого нет «общих менеджеров» проектов, т.к. для руководства важно, чтобы сотрудники были не «универсальными солдатами», а подготовленными, с точки зрения теории и практики проектного управления, экспертами в своей предметной области. Проектный офис создает стандарты и методологию проектного управления, отвечает за разработку общих инструментов управления проектами, одной из задач которых является обучение и консультация руководителей проектов. Для этого в компании систематически проводятся курсы и тренинги по проектному управлению.

Проектный офис в СКБ-Контур помог достичь следующих результатов [6]:

- улучшение бизнес-процессов;
- внедрение единой методологии и лучших практик управления проектами во всей компании и, как следствие, сокращение сроков и расходов на реализацию проектов при увеличении качества их выполнения;
- использование проверенных инструментов планирования проектов, что приводит к уменьшению жизненных циклов проектов: проекты стартуют и завершаются быстрее;
- наличие прозрачной и актуальной информации по всем проектам, дающее возможность расставлять приоритеты, избегать конфликтов из-за ресурсов, создавать необходимые отчеты;
- регулярное обучение, повышение квалификации кадров.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Усиление конкуренции в условиях глобализации экономики и кризис многих отраслей народного хозяйства России обусловили актуальность проектного подхода как инструмента, позволяющего эффективно реагировать на изменения внешней и внутренней среды организации [7]. При внедрении проектного управления в деятельность организации необходимо учитывать ее особенности. Конкретная форма, функции и структура ОУП определяются прежде всего потребностями организации, поддержку деятельности которой он осуществляет. ОУП каждой отдельной организации имеет свои уникальные отличительные черты, включая название, круг решаемых задач, уровень ответственности, место в организационной структуре управления, внутренние схемы работы, корпоративная культура и др.

Практика применения ОУП в настоящее время опережает теорию данного вопроса. В связи с этим классификационные схемы этого инструмента проектного управления постоянно развиваются и обновляются. Основаниями для классификации могут выступать степень контроля, функции, уровень влияния, организационный вид.

Грамотный подход к применению ОУП способствует повышению эффективности деятельности организации. Однако, при внедрении проектного офиса важно учитывать, что серьезные, удовлетворяющие организацию результаты могут прийти не сразу. Во многих случаях требуется период адаптации, длящийся от нескольких месяцев до нескольких лет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Чернов Д. В. Роль проектного управления на разных стадиях жизненного цикла организации // Управление проектами и программами. 2012. № 1. С. 66–77.

2. A Guide to the Project Management Body of Knowledge. Newtown Square, Pennsylvania, USA: Project Management Institute. 589 p.

3. Управление проектами: учеб. пособие / сост. Н. М. Цыцарова; Ульян. гос. техн. ун-т. Ульяновск: Изд-во УлГТУ, 2021. 105 с.

4. Богданов В. В. Управление проектами. Корпоративная система - шаг за шагом. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 248 с.

5. Группа компания СКБ Контур. URL: https://kontur.ru/about/info (дата обращения: 20.10.2022).

6. Смирнова О. Зачем проектный офис бизнесу? URL: https://tvoybudget.spb.ru/ (дата обращения: 20.10.2022).

7. Спасскова А. Н. Реализация проектного подхода в ОАО «РЖД»: проблемы и перспективы // Известия Петербургского университета путей сообщения. 2013. № 4 (37). С. 145–150.

УДК 331.101.38

НЕМОНЕТАРНАЯ МОТИВАЦИЯ: ПОНЯТИЕ, ФОРМЫ И СПОСОБЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ

М. В. Рабош

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

M. V. Rabosh

V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

Аннотация. В статье представлены результаты исследования теоретических и прикладных аспектов немонетарной мотивации. Приведены примеры неэффективности внедрения немонетарной мотивации. В работе раскрыты понятия мотивации и немонетарной мотивации; рассмотрены формы и способы немонетарной мотивации; определены случаи, когда внедрение немонетарной мотивации может быть неэффективно.

Ключевые слова: мотивация, формы мотивации, немонетарная мотивация, способ мотивации.

I. ВВВЕДЕНИЕ

В современном мире немонетарная мотивация является двигателем в управлении персоналом и играет важную роль. Немонетарная мотивация способствует оптимизации производительности организации. Это говорит о том, что если сотрудники высоко мотивированы, то бизнес развивается легко и эффективно.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель исследования – изучить немонетарную мотивацию: понятие, формы и способы осуществления.

Задачи исследования:

- раскрыть понятие мотивации и немонетарной мотивации;
- рассмотреть формы и способы немонетарной мотивации;
- определить случаи, когда внедрение немонетарной мотивации может быть неэффективно.

III. ТЕОРИЯ

Мотивация – это побуждение к действию, психофизиологический процесс, управляющий поведением человека, задающий направленность, организацию, активность и устойчивость. Это способность человека через деятельность удовлетворять свои потребности.

Е. В. Демидова считает, что « немонетарная мотивация проявляется через награждение лучших работников дипломами и грамотами; вывешивание фотографий лучших сотрудников на доске почета; сообщение об их профессиональных достижениях в корпоративных СМИ; проведение мотивирующих совещаний; оборудование места для отдыха; проведение различных конкурсов, соревнований, корпоративов; карьерный рост; делегирование полномочий и привлечение к управлению; предоставление возможности сотрудникам высказывать свои пожелания, предложения по организации работы» [1].

И. О. Соколенко рассматривает такие немонетарные формы, как:

1) обучение или повышение квалификации за счет компании;

2) путевки для сотрудников и членов их семьи;

3) командировку заграницу за счет компании;

4) билеты на культурные мероприятия;

5) скидка на продукт или услуги компании;

6) бесплатная развозка или оплачиваемое топливо;

7) удобное рабочее место [2].

Также, в системе мотивации выделяют систему штрафов - удержания с заработной платы или лишение премии за опоздание и ненадлежащее выполнение рабочих обязанностей.

IV. ИССЛЕДОВАНИЕ

Рассмотрим определении мотивации на простых примерах: допустим, человек хочет пить, и он начинает совершать действия, направленные на удовлетворения своей жажды. Или человек хочет быть в спортивной форме и выглядеть привлекательно. Соответственно, он идет в спортзал и прикладывает усилия для достижения своей цели. Приведенные примеры говорят о внутреннем желании человека. Но есть еще потребности с материальной стороны этого вопроса. То есть, чтобы человек смог жить и содержать себя, свою семью, ему нужны деньги. Соответственно, для этого человек идет работать. В основном его мотивация – монетарная (денежная).

Так нужна вообще немонетарная мотивация, и кому из сотрудников она нужна?

Поговорим о рядовом персонале и начальном уровне менеджеров. Соответственно, сотрудник, устроившись на работу, начинает вливаться в профессию, и их процент участия в работу максимален. Однако через определенное время сотрудник начинает подчиняться первому закону всей жизни на Земле – закону сохранения энергии. Это происходит потому, что работник получает зарплату. Основа его мотивации – деньги – покрыта. Объем работы он выполняет так же, как и все. Так зачем же ему выполнять работу лучше всех?

Если управляющий рабочим персоналом хочет получить максимальный коэффициент полезного действия от сотрудника, то управляющему необходимо замотивировать сотрудника немонетарно. Если же этого не сделать, то компания получит средний результат на всем отрезке работы.

Определяют семь основных способов нематериальной мотивации:

Первый способ – карьерный рост. У сотрудника внутренне должно быть желание развиваться или он к этому должен быть предрасположен. В компании может быть все замечательно: достойная зарплата, хороший коллектив, но если у сотрудника есть потребность в карьерном росте и он не видит его в компании, то в лучшем случае он будет внутренне демотивирован на работе, а в худшем - уволится, найдя что-то лучшее.

Второй способ – удобный график. У многих людей есть пожелания к составлению графика работы или графика отпусков. Это могут быть причины, связаны как с семьей, так и с каким-нибудь хобби. Поэтому если есть такая возможность, то график необходимо составлять, опираясь не только на производственную необходимость, но и на особенность и пожелания каждого сотрудника.

Третий способ – повышение ответственности и обучения, то есть, если в компании есть сотрудник, который предрасположен к принятию решений и взять ответственность, то, соответственно, его необходимо замотивировать через дополнительные задачи, возможно, даже не входящие в его функционал.

Четвертый способ – похвала. Для многих сотрудников жизненно важно, чтобы им давали обратную связь и хвалили за результаты и достижения.

Пятый способ – публичное признание. Некоторым важно, чтобы их хвалили не только наедине, но и публично. Тем самым сотрудник утверждается в жизни. Такие сотрудники стараются выделиться на общих собраниях, пятиминутках. Они стараются, во что бы то ни стало показать свои заслуги не только перед руководителем, но и перед коллективом.

Шестой способ – интересная работа. Некоторым сотрудникам очень важно постоянно двигаться и менять периметр ответственности. Им тяжело работать на монотонной работе, поэтому они встречают изменения с большим энтузиазмом, чем другие.

Седьмой способ – внутренние таланты. На обычных профессиях, например: продавец, менеджер, повар, специалисты служб, находятся обычные люди, у которых есть внутренние таланты. Поэтому необходимо знать внутренние таланты сотрудников и создать среду для раскрытия и презентации этих талантов на работе.

Некоторые руководители делают ошибки, только начиная внедрять мотивационную программу. Для того чтобы избежать этого и приобрести успешную эффективность нематериальных факторов мотивации, необходимо соблюдать определенные правила:

1. Все подчиненные должны быть замотивированы, а не только те, кто приносит прибыль.

2. Управляющий обязан не забывать: не всегда то, что подходит ему, подходит и подчиненному.

3. Необходимо выбирать формы немонетарной мотивации в соответствии с основной задачей компании. Система стимулирования в IT-организации может быть совершенно неуместной для других предприятий.

4. Не следует слишком увлекаться вознаграждениями, потому что излишества не всегда полезны. Также необходимо поддерживать баланс между материальными и нематериальными методами мотивации;

5. Не пытайтесь изобразить злого и жесткого начальника. Работникам будет трудно принять поощрение такого руководителя в будущем.

6. Следует принимать во внимание личностные характеристики сотрудников, такие как пол, возраст, предпочтения.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Преимущества для организации при применении немонетарной мотивации:

– максимальный коэффициент полезного действия от сотрудников;

– эффективное развитие бизнеса;

– рост прибыли.

Преимущества для сотрудников:

– обучение или повышение квалификации за счет компании;

– благоприятная атмосфера в коллективе;

– значимость в коллективе.

Правила, которые нужно соблюдать, чтобы немонетарная мотивация была эффективной:

– мотивирование абсолютно всех подчиненных;

– необходимо учитывать позицию каждого сотрудника;

– поддерживать баланс между материальными и нематериальными методами.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, немонетарная мотивация – это образование вовлекающей среды и руководство согласно ценностям. Роль внедрения системы немонетарной мотивации не менее значима, чем монетарной. Правильно выстроенная система немонетарной мотивации повышает лояльность и вовлеченность персонала, что ведет к линейному росту финансовых показателей, и, чтобы получить максимальный коэффициент полезного действия от сотрудника, руководителю необходимо знать формы и способы немонетарной мотивации, постоянно усовершенствовать свои знания в мотивационной области, а также учитывать позицию каждого сотрудника для максимального эффекта и повышения производительности труда в организации.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: Севастьянова Оксана Васильевна, к.э.н., доцент, Крымский Федеральный Университет им. В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Демидова Е. В. Модель взаимосвязи мотивационной системы личности и организационной культуры. 2021 // Baikal Research Journal. 2021. Т. 12, № 2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/model-vzaimosvyazi-motivatsionnoy-sistemy-lichnosti-i-organizatsionnoy-kultury (дата обращения: 16.10.2022).

2. Соколенко И. О. Мотивация персонала финансовой организации // Актуальные вопросы современной экономики. 2022. № 6. С. 431–433. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=49270508 (дата обращения: 14.10.2022).

УДК 338.2

УГРОЗЫ И РИСКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СФЕРЕ ПЛАТЕЖЕЙ

А. А. Распутина

Московский финансово-юридический университет, Калининград, Россия

A. A. Rasputina student

Moscow University of Finance and Law, Kaliningrad, Russia

Аннотация. В статье рассмотрены ключевые аспекты экономической безопасности при совершении платежей. Показана важность формирования современной платежной системы, обеспечивающей финансовые расчёты. Описаны дополнительные социально-экономические возможности развития пла-

тежных систем (внедрение цифровых денежных систем), а также возникновение различного рода рисков и угроз безопасности электронных платформ в виде взломов и кибератак.

Ключевые слова: электронные денежные средства, электронные средства платежа, электронные кошельки, риск, безопасность.

I. ВВЕДЕНИЕ

По прогнозам экспертов, в ближайшие 5–10 лет человечество перейдет в эру цифровой экономики, которая полностью вытеснит привычные нам рыночные экономические законы и взаимодействие. Вслед за цифровой экономикой в мир цифр пойдут цифровые действия, цифровые продукты, цифровые деньги и пр. Неслучайно Центробанком Российской Федерации обозначены перспективы внедрения цифрового рубля, в Китае уже объявлена эмиссия цифрового юаня. Цифровые деньги призваны не заместить имеющуюся наличную и безналичную денежную массу, а также созданные и создаваемые криптовалюты, но дополнить имеющиеся инструменты новыми возможностями. Финансовый регулятор обозначает перспективы российского крипторубля – три формы российского рубля будут равнозначны и равноценны, поэтому владельцы денежных средств будут иметь возможность свободно трансформировать рубли из одной формы в другую и осуществлять накопление цифровых денежных средств в электронных кошельках, созданных регулятором (Центробанком России). С технической точки зрения цифровой рубль – это уникальный цифровой код, записанный на носителе [6].

Цель работы – на основе обобщения и систематизации нормативно-правовой базы Российской Федерации выявить и оценить экономико-правовые риски системы ЭДС, а также разработать рекомендации по повышению безопасности применения электронных денежных средств.

Методологической основой исследования являются общенаучный диалектический метод познания, а также ряд частных научных методов, таких как системный метод, метод сравнительного анализа, формально-логический метод толкования права, нормативный, формально-юридический.

Нормативно-правовым базисом работы являются законодательные и подзаконные акты Российской Федерации, специальная научная литература, массивы статистических данных, а также материалы судебной практики.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Экономика любого развитого государства — это масштабная «паутина», которая строится на взаимоотношениях хозяйствующих экономических субъектов как внутри страны, так и за ее пределами, и в основе этой системы лежат финансовые расчеты. Платежный оборот страны- это основание всей экономической системы.

Далее обратимся к понятию «экономическая безопасность». На современном этапе данный вопрос рассматривается довольно большим количеством ученых, и с каждым годом его актуальность растет.

К примеру, А. Ю. Харламова, кандидат экономических наук, под термином «экономическая безопасность» понимает комплекс определенных факторов и условий, которые способствуют поддержанию в национальной экономике независимости, устойчивости, стабильности и способствуют ее обновлению и совершенствованию[13].

Несколько другого определения термина «экономическая безопасность» придерживается доктор наук, профессор В.Г. Гурлев. С его точки зрения экономическая безопасность - это экономическая категория, которая способствует поддержанию всей экономической системы на том уровне развития, которая может обеспечить достойный уровень жизни граждан внутри страны, в частности занятость населения, а также смогла бы обеспечить дальнейший экономический рост и поддержание всей экономической системы в целом [4].

Если обратиться к трудам А. А. Спектор, то здесь экономическая безопасность — это экономическая категория, которая обеспечивает на международной арене защиту экономических интересов, стабильный рост экономики страны, а также удовлетворение общественных интересов [9].

Проанализировав различные определения термина «экономическая безопасность» можно сделать вывод о том, что ключевые определения данного термина — это обеспечение экономической устойчивости, экономического подъёма и дальнейшего развития, учитывая интересы населения страны.

Поскольку отечественная финансовая система базируется на системе банковской, с точки зрения финансовой безопасности РФ, защита банковской системы обладает высшей значимостью. При этом банковская система на уровне отдельных субъектов РФ представлена кредитными организациями, у которых сосредоточены временно высвобожденные из оборота денежные ресурсы. Контроль распределения и направления денежных потоков, т.е. формирования взаимосвязей между рыночными субъектами, возлагается именно на банковскую систему.

Еще в 2014 году в России существенно преобладал наличный денежный оборот, и страна была одним из государств где на душу населения приходилось минимальное количество транзакций без использования наличных денег. Если сравнивать Россию и, например, Норвегию, то отставание в 2014 году было более чем в 40 раз, а уже к 2021 году разрыв сократился на 90% и отрыв составил менее чем 1,5 раза. Развитию безналичного расчета способствует созданная Национальная платежная система, а также бурного развития системы ЦБ РФ для мгновенного перевода денег в другие банки – система быстрых платежей [1].

Для того что бы максимально снизить возможные угрозы и риски в платежном обороте страны, в РФ функционирую специализированные органы и обязательные стандарты, которые необходимо соблюдать всем участникам производимых операций с денежными средствами. Если рассматривать какие-то определенные критерии, по которым можно идентифицировать мошеннические действия до здесь существует огромный ряд сложностей. С точки зрения стандартов платежной системы даже жёсткий контроль не может классифицировать добровольный или мошеннический характер платежной транзакции. В последние 4 года схемы мошенничества с присвоением безналичных денежных средств вышли на новый уровень, и могут ставить под угрозу безопасность каждого пользователя банковской системы [3].

Динамика платежного оборота в наличной и безналичной форме за 2014-2021 год.

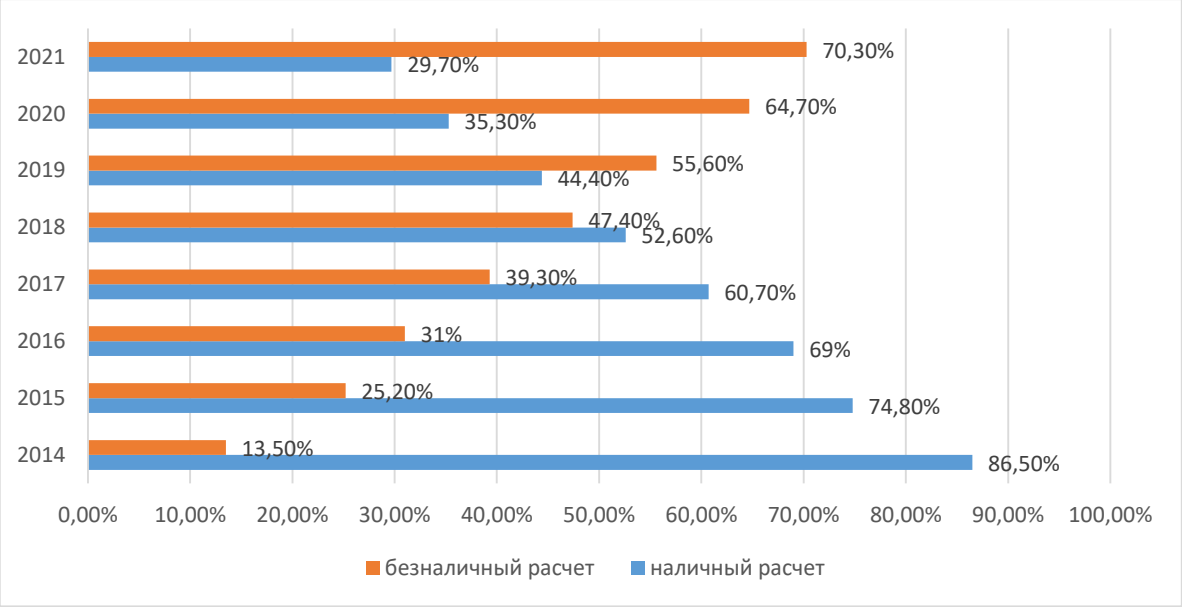


Рис. 1. Соотношение наличных и безналичных расчетов за 2014-2021 год

Как в России, так и во всем мире стремительно набирает оборот «Tech Support Fraud» - дословный перевод «Мошенничество с технической поддержкой». В данном случае мошенники выходят на связь от имени сотрудника IT- служб крупных компаний (особенно компаний финансового сектора), и под различными предлогами вынуждает жертву перевести все сбережения на «неопасные» счета [7].

В 2021 году были зафиксированы жалобы более чем в 50 странах, общие потери превышают $54 млн, это на 40% больше чем в прошедшем 2020 году по сравнению с предыдущим годом. Россия в данной статистике не исключение и входит в ТОП 20 стран по каличеству такого рода мошеннических действий [8].

Согласно аналитики ЦБ РФ по системе обработки Автоматизированной системы «Фид-АнтиФрод» и ФинЦЕРТ в 2021 году около 60% денежных переводов при которых клиент банка был введен в заблуждение, приходится на мошенничество «социальной инженерии», где злоумышленник получает прямой доступ к средствам платежа. В обще сложности объем хищений за 2021 год превысил 6834,6 млн руб., всего хищений с расчетных счетов в 2021 превышает 7 трлн руб. [2].

Если рассматривать средний объем хищений, то на долю физ. лиц на 1 человека приходится 10 тыс. руб., на 1 юридическое лицо около 150 тыс. руб., следовательно, наблюдается тенденция некрупных хищений.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Бурное распространение и совершенствование сотовых телефонов, смартфонов и доступного мобильного интернета потребовало от банков формирования собственного интернет банкинга. В этом случае банком разрабатывается свое мобильное приложение, с помощью которого клиенты могут пользоваться практически всеми услугами данного банка без посещения офиса банка со своего мобильного телефона, планшета и других устройств, где поддерживается необходимая функция. В данном случае при использовании приложения в целях защиты информации пользователи самостоятельно придумывать пароли, но в тоже время со стороны банков зачастую определены критерии к содержанию пароля, в целях избегания возможного подбора символов. Современные мобильные устройства поддерживают вход по отпечатку пальца или распознания лица. Но все подобные меры имеют как положительное, так и отрицательное влияние. Первоначально может показаться что в данном случае использование личного кабинета банка может быть доступно только владельцу смартфона и не доступно третьем лицам, но по факту картина несколько другая. В судебной практике не редко встречаются случаи взлома даже сложного пароля. Имеют место случаи, когда преступники, украв телефон подносили к лицу или к пальцу жертвы для разблокировки устройства и дальнейшего входа в мобильное приложение банка и последующего перевода денежных средств на анонимные электронные кошельки с последующим обналичиваем. Сейчас очень распространены e-mail и sms- -рассылки, где содержится ссылка на сторонний сайт, и при переходе злоумышленник может получить логин и пароль устройства и перейти в личные кабинеты установленных банковских приложение и электронных кошельков [14].

Но ключевой проблемой все-таки остается утечка конфиденциальной банковской информации, в том числе личные данные их клиентов. Анализ статистических данных, проведенный Центральным банком, показывает ежегодную динамику роста мошеннических действий с использованием банковских платежных карт. Так, к примеру, в 2021 году по сравнению с 2020 годом наблюдается рост махинаций с пластиковыми картами на 23%. Так, в 2021 году преступники смогли убедить жертву о передаче информации о карте более чем 800 тыс. раз.

Хотелось бы подчеркнуть, такого рода негативная тенденция наблюдается не только на территории РФ, но и в других странах, не исключение и страны с развитой системой безопасности в финансовой сфере и во всем платежном обороте [10].

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В настоящее время держатели банковских карт получают результативные рекомендации по поводу того, как защитить денежные средства, но все же существует угроза появления сторонних лиц, злонамеренно подрывающих безопасность системы. Данная угроза не связана с самими держателями карт или с кредитными организациями, реализующими банковские операции. Ниже представлены главные риски, возникающие с использованием банковских пластиковых карт [11]:

- недостаточный контроль за платежами, при которых не применяются наличные средства;
- использование карт без официального разрешения;
- действия, противоречащие нормативно-правовым актам РФ (финансирование терроризма, например);
- риск роста расходных платежных лимитов, который происходит по ошибке либо без видимых причин;
- ошибки в обработке документов, сопровождающих безналичные платежи (в бумажном виде, в электронном);
- угроза возникновения несанкционированных задолженностей.

В первую очередь ненадежность операций, осуществляемых онлайн, связывается с ростом преступлений в сфере платежей, реализуемых в сети Интернет. Стоит сказать о рисках мошеннических атак. Например, подделка банковской пластиковой карты, несоблюдение условий ее применения. Чтобы обезопасить безналичные расчеты банковскими картами, нужно как блокировать расчеты и карты, так и пополнять «стоплист» по соседним субъектам Федерации на время картами, попадающими под подозрение. Данная практика применяется коммерческими банками. Указанная мера требует инициативу держателя, выраженную в письменном заявлении от его имени, и реализуется вместе с блокированием карты. Таким образом, удается вернуть средства и не допустить потенциального мошенничества за пределами региона [3].

Хотелось бы подчеркнуть, такого рода негативная тенденция наблюдается не только на территории РФ, но и в других странах, не исключение и страны с развитой системой безопасности в финансовой сфере и во

всем платежном обороте. К примеру, на территории Англии функционирует множеством организаций, деятельность которых направлена на предотвращении мошеннических действий в платежном обороте. Если рассмотреть контроль за экономической безопасностью платежного оборота в США, то здесь практически все вопросы контролируются только банками.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог, можно сделать вывод об отсутствии на сегодняшний день единого универсального метода или средства, обеспечивающего максимально эффективную защиту и необходимости дальнейшего изучения, и усовершенствовании технологий защиты электронных платежных систем [5].

Таким образом, повышение деловой и торговой активности российской экономики возможно только в условиях осуществления безопасных платежей через электронные платежные системы, а это может быть только путем профилактики различных угроз и кибератак, что достигается постоянным повышением киберграмотности, отслеживанием и внедрением технических нововведений, своевременным обновлением программного обеспечения, а также совершенствования стратегии экономической безопасности [12].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алямкин А. В. Государственные законные платежные средства без ограничений. Каталог российских бумажных денежных знаков. Россия. 1769-2018. М.: Студия Вольфсона, 2019. 379 с.
2. Бердникова О. П., Мосина С. В. Расследование преступлений в сфере экономической направленности: учеб. пособие. Екатеринбург: Уральский юридич. ин-т МВД России, 2019. 139 с.
3. Бондарович Е. П. Обеспечение надежности платежной экосистемы Российской Федерации: дис. ... канд. экономич. наук / Гос. ун-т управления. М., 2020. 134 с.
4. Гурлев В. Г., Хомякова Т. С. Статистический инструментарий оценки гипотез экономической безопасности предприятий: учеб. пособие / Южно-Уральский гос. ун-т. Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2020. 78 с.
5. Дьякова Е. В. Деньги. Кредит. Банки: учеб. пособие (в рисунках и таблицах). Барнаул: Изд-во Алтайского гос. ун-та, 2021. 129 с.
6. Коробейников, Д. А., Коробейникова О. М. Цифровые платежные инструменты в кредитно-финансовом обороте предпринимательских структур / Волгоградский гос. аграр. ун-т. Волгоград: Волгоградский ГАУ, 2022. 159 с.
7. Олейникова, И. Н., Решетилило Т. В. Финансы, денежное обращение и кредит: учеб. пособие. Таганрог: Изд-во Таганрогского ин-та управления и экономики, 2019. 209 с.
8. Соловьева Е. А. Преступления, совершаемые в платежных системах: моногр. / под ред. Н. А. Лопашенко. М.: Юрлитинформ, 2021. 172 с.
9. Спектор А. А. Экономическая безопасность государства: теоретико-методологический аспект: учеб. пособие / Российская открытая академия транспорта Российского университета транспорта (МИИТ). М.: Амирит, 2020. 101 с.
10. Степанян, Т. М. Механизмы обеспечения экономической безопасности в инновационной сфере: учеб. пособие / Российская открытая академия транспорта Российского университета транспорта (МИИТ). М.; Саратов: Амирит, 2020. 97 с.
11. Тихонов А. Ю. Банковские операции: учеб. пособие для студентов, обучающихся в магистратуре по направлению 38.04.02 – Менеджмент. Калининград: Изд-во КГТУ, 2018. 213 с.
12. Ноженков И.А. Исследование взаимодействия банков и компаний розничной торговли на рынке безналичных розничных платежных услуг Финансовые исследования. 2021. № 3 (72). 107 с. Это описание журнала, нужно описать статью
13. Харламова А. Ю. Стратегические аспекты экономической безопасности: учеб. пособие / Южно-Уральский гос. ун-т. Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2021. 80 с.
14. Чан Шон Тунг. Развитие розничных платежных услуг в целях повышения финансовой доступности: автореф. дис. ... канд. экономич. наук / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. М., 2020. 23 с.

УДК 368.025.6

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ РИСКОВ ТРАНСПОРТНЫХ КОМПАНИЙ С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ

Е. Е. Рассказова, А. С. Пастухова
Российский университет транспорта, г. Москва, Россия

A. S. Pastukhova, E. E. Rasskazova
Russian University of Transport, Moscow, Russia

Аннотация. В данной статье рассматриваются и анализируются потенциальные риски, которые могут возникать у транспортных компаний, работающих на международных рынках. В работе проведен анализ сущности понятия «риск», показаны подходы к классификации рисков; описаны существующие риски компаний; оценены потенциальные риски российских компаний и предложены пути решения существующих и потенциальных рисков. Полученные результаты свидетельствуют о том, что необходимо учитывать риски, определенные при пессимистичном, реалистичном и оптимистичном сценариях. Для этого компаниям необходимо полностью погашать кредиты банку, активнее участвовать в тендерах и проводить активные рекламные компании, а также упорнее искать новых клиентов.

Ключевые слова: риски, транспортные компании, страхование, управление рисками.

I. ВВЕДЕНИЕ

Данная тема имеет высокое значение в современных реалиях. Любой международной компании необходимо на несколько шагов прогнозировать предпринимаемые действия и решения, а также иметь запасной план в случае возникновения непредвиденных ситуаций и бороться с потенциальными рисками

Вопрос рисков исследуется в трудах О.А. Чередниченко, С.В. Аливановой, О.Н. Кусакиной, В.В. Куренной, Ю.А. Гунько, Ю.В. Рыбасовой, А.А. Глуховцовой, О.Ю. Фарраховой, О.А.Фирсовой, А.И. Уколова.

Сравнительный анализ литературы позволил сформулировать задачи исследования.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

1) Проанализировать сущность рисков.
2) Определить подходы к классификации рисков.
3) Выявить существующие риски компаний.
4) Оценить потенциальные риски компаний.
5) Предложить пути решения существующих и потенциальных рисков.

III. ТЕОРИЯ

Анализ подходов к сущности термина «риск» позволил установить, что существует очень много значений его, а также каждый автор определяет его по-своему. К примеру, в словаре С.И. Ожегова, под риском понимают «возможность опасности, неудачи» [7], иными словами, это вероятное возникновение угроз в ходе какого-либо процесса.

В табл. 1 предоставлены подходы авторов к термину «риск».

Таблица 1

Подходы к определению сущности термина «риск»

Автор	Расшифровка
О.А. Чередниченко, С.В. Аливанова, О.Н. Кусакина, В.В. Куренная, Ю.В. Рыбасова, Ю.А. Гунько	«возможность возникновения неблагоприятной ситуации, которая в свою очередь может привести к неблагоприятным последствиям в работе на производстве или любом другом виде деятельности»[1, с. 109].
А.А. Глуховцова	«угрозы безопасности деятельности субъекта, осознанные им как потенциальные ущербы имущественным интересам в результате наступления случайных событий»[2, с. 204].

Окончание табл. 1

Автор	Расшифровка
О.Ю. Фаррахова	«характеристика решения, опасность (угроза) есть свойства объекта риска приводить к нежелательному результата»[9, с. 158].
О.А. Фирсова	«действие, направленное на привлекательную цель, достижение которой сопряжено с элементом опасности, угрозой потери или неуспеха»[10].
А.И. Уколов	«возможность случайного возникновения нежелательных убытков, измеряемых в денежном выражении»[8, с. 12].

Таким образом, риск – это угрозы, которые могут возникнуть в ходе какого-либо процесса и принести ряд потерь, в том числе и материальных. Данный процессы можно попытаться предвидеть и ликвидировать, либо минимизировать вероятность его появления.

В настоящее время исследование и оценка рисков является один из самых важных аспектов в транспортировочных процессах. В табл. 2 предоставления классификация рисков, которые возникают в процессе перевозки.

Таблица 2

Классификация видов рисков, возникающих при перевозках [3]

Вид риска	Характеристика
Природно-экологические	стихийные бедствия, воздействие плохих погодных условий на груз и др.
Технические	механическое воздействие на перевозимую продукцию, выход из строя транспортных средств, износ оборудования, пожар в месте хранения груза.
Политические	законодательные ограничения, вероятность закрытия границы, военные действия.
Коммерческие	нарушение обязательств контрагентами, неустойчивость спроса, невыполнение условий договора перевозки, конфликт с перевозчиком.
Финансовые	валютные, кредитные, инфляционные риски.
Социальные	кражи, поджоги, иные злоумышленные действия.

Природа рисков имеет разное происхождение и может быть появится на различных этапах цепи поставок. Многие из них можно предвидеть, либо предотвратить.

Потенциальные риски, возникающие при международных перевозках, разделим на две группы (см. рис. 1).

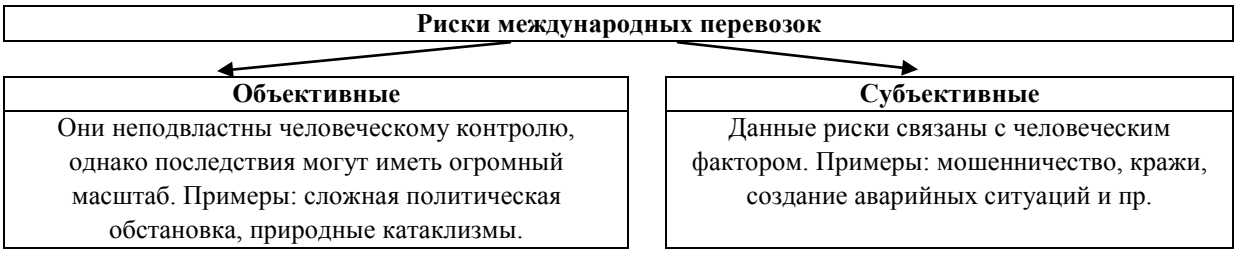


Рис. 1. Риски международных перевозок [5]

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В логистических компаниях наиболее часто от выделенных рисков вызывают следующие последствия[6]:

- Необходимость компенсации ущерба, если товар был поврежден по вине перевозчика;
- Компенсация порчи груза руками персонала;
- Компенсация ущерба, который может быть нанесен сотрудникам в процессе работы с грузом (несчастные случаи, например, падение товара на кого-либо из персонала);
- Покрытие расходов на разбирательства в случае происшествий (например, судебных);

▪ Покрытие расходов в случае форс-мажорных ситуациях (крушение тс, аварии, простой транспорта, холостой проход, срыв сроков).

На основании выделенных рисков, проанализируем две международные транспортные компании, занимающиеся грузоперевозками. На основании анализа работы компаний в первой части 2022 года, выделены следующие риски (см. табл. 3).

Таблица 3

Сравнительный анализ компаний DHL и Деловые линии

Вид риска/компания	**DHL**	**Деловые линии**
Технические	-	-
Политические	Закрытие границ, невозможность импорта и экспорта	Закрытие границ, невозможность импорта и экспорта
Коммерческие	-	-
Социальные	Трудности при работе с международными клиентами в силу политической ситуации	Трудность работы на международной арене
Природно-экологические	Относительная зависимость от погодных условий	Относительная зависимость от погодных условий

Таким образом, можем сделать вывод, что на фоне последних событий в мире у анализируемых компаний появилось несколько значимых рисков для их деятельности.

Если ранжировать их по продолжительности, то получим следующий вид (см. рис. 2).

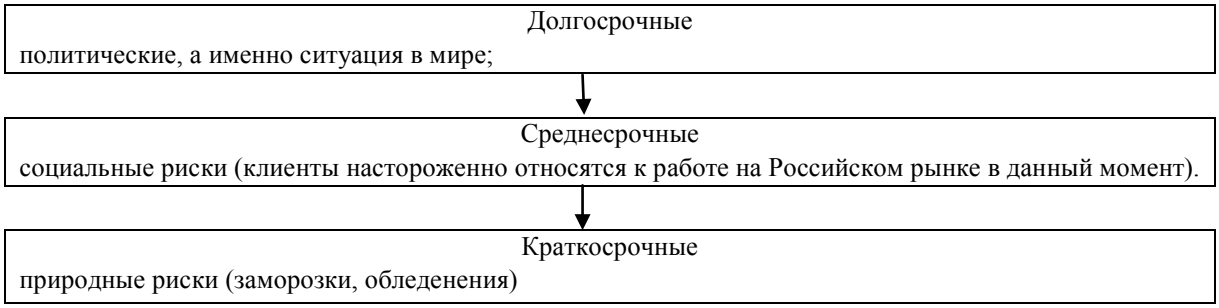


Рис. 2. Ранжирование рисков по продолжительности

Размер ответственности компании за потенциальные риски, которые могут возникнуть при осуществлении транспортных перевозках, регламентирован нормативно-правовыми документами, а также договорными отношениями.

Для минимизации негативных последствий и предотвращения возможных рисков можно предложить следующие пути решения. (см. табл. 4).

Таблица 4

Риски и пути их решений

Наименование	Характеристика
Страхование дорогостоящих грузов	Затраты на покрытие возможных убытков при поломке перевозимого товара могут в несколько раз превышать стоимость страховки, поэтому в целях собственной выгоду лучше предлагать клиенту оформление страхового полиса.
Соблюдение законодательства	В случае международных транспортировок опираться на законодательство каждой из сторон.
Учёт репутации подрядчика	Перевозчик может наобещать выгодные ставки, но при этом будут высокие риски нанесения ущерба перевозимому товару.
Классификация перевозимого груза	Корректное определение особенностей перевозимого товара: хрупкость, опасность, скоропортящийся и т.д., а также использование специализированных обозначений.

Окончание табл. 4

Наименование	Характеристика
Прогнозирование вероятных рисков	Опираясь на маршрут и специфику груза выявлять возможные угрозы.
Своевременная подготовка сопроводительной документации.	Данный метод поможет ускорить процесс простойки транспорта на границах, а также сведет к минимуму вероятность его изъятия в случае международных перевозок. Что касается локального транспорта, то заблаговременное оформление транспортной документации поможет сократить время ожидания на погрузке/выгрузке тс.

Воспользовавшись сценарным подходом, выделим возможные риски и пути их регулирования. Так как компании действуют в одном отраслевом сегменте, то они будут иметь приблизительно один и тот же ход событий. Определим угрозы с точки зрения трех сценариев: негативный, позитивный и реальный.

Таблица 5

Сценарный анализ проблем

	Пессимистичный сценарий	**Реалистичный сценарий**	**Оптимистичный сценарий**
	Банкротство компании	Извлечение прибыль	Выход на мировой рынок
Доходы социально-экономических субъектов	Снижение доходов	Незначительное повышение или понижение доходов	Повышение доходов
Банкротство социально-экономических субъектов	Ярко выраженное банкротство	Просматривается не существенно	Отсутствует
Ликвидация социально-экономических субъектов	Наблюдается существенная ликвидация	Умеренный уровень ликвидации субъектов	Отсутствует
Политические аспекты	Введение санкций.	Наличие малого количества ограничений	Стабильность политических условий
Стратегия привлечения новых клиентов	Слабая организация рекламной компании.	Малоэффективная рекламная кампания	Налаженная программа привлечения новых клиентов

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Таким образом, учитывая выделенные риски пессимистичного сценария, опираясь на реалистичный сценарий, и, идя к оптимистичному, можно подвести итог к тому, что выбранным компаниям необходимо полное погашение кредита банку, активное участие в тендерах и проведение активных рекламных компаний, а также упорный поиск новых клиентов.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, удалость достигнуть цель исследования. Для этого были решены следующие задачи:

1. Проанализирована сущность понятия «риск». Установлено, что риск – это угрозы, которые могут возникнуть в ходе какого-либо процесса и принести ряд потерь, в том числе и материальных. Данный процессы можно попытаться предвидеть и ликвидировать, либо минимизировать вероятность его появления.

2. Определены подходы к классификации рисков. При классификации рисков обычно выделяют следующие виды: природные, технические, политические, коммерческие, финансовые и социальные. Разница выражается в природе их возникновения.

3. Выявлены существующие рисков компаний. При анализе компаний DHL И КГ «Деловые линии» удалось выявить ряд существующих рисков. Общими для обеих компаний являются: политические (закрытие гра-

ниц, невозможность ввоза/вывоза), социальные (трудность взаимодействия с иностранными клиентами) и природные (межсезонье, основные трудность в зимнее время года и летнее).

4. Проведена оценка потенциальных рисков компаний. Выявлено, что наиболее острой долгосрочной проблемой являются политические риски, в связи с ситуацией в мире, далее среднесрочные – социальные, т.к. клиенты насторожено относятся к компаниям на Российском рынке, и завершают цепь краткосрочные риски – к ним относят межсезонье – природные.

5. Предложены пути решения существующих и потенциальных рисков. Для минимизации негативных последствий и предотвращения возможных рисков можно предложить следующие предложения: страхование грузов, соблюдение законодательства, учёт репутации подрядчика, классификация перевозимого груза, прогнозирование вероятных рисков, своевременная подготовка сопроводительной документации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кусакина О. Н., Чередниченко О. А., Рыбасова Ю. В. [и др.]. Экономика предприятия. Ставрополь: СЕКВОЙЯ, 2015. 130 с. URL: https://e.lanbook.com/book/82224 (дата обращения: 12.10.2022).

2. Глуховцова А. А. Концепция трактовки понятия «риск деятельности субъекта» // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2012. № 15. С. 204–208.

3. Классификация рисков в международных мультимодальных перевозках. URL: https://moluch.ru/archive/67/11193/ (дата обращения: 12.10.2022).

4. Кусакина О. Н., Чередниченко О. А., Рыбасова Ю. В. [и др.]. Экономика предприятия: учеб. пособие для аспирантов всех форм обучения направления 38. 06. 01 - Экономика. Ставрополь: АГРУС Ставропольского гос. аграр. ун-та, 2015. 130 с. URL: https://www.studentlibrary.ru/book/stavgau_0079.html (дата обращения: 12.10.2022).

5. Риски при перевозке грузов: классификация, способы минимизации. URL: https://consollex.ru/riski-pri-perevozke-gruzov-klassifikacija-sposoby-minimizacii/ (дата обращения: 12.10.2022).

6. Риски при перевозке грузов: классификация, способы минимизации. URL: https://consollex.ru/riski-pri-perevozke-gruzov-klassifikacija-sposoby-minimizacii/?ysclid=lb3h5ml5bx182919332 (дата обращения: 12.10.2022).

7. Риск. URL: https://znachenie-slova.ru/риск (дата обращения: 12.10.2022).

8. Уколов А. И. Управление рисками страховой организации: учеб. пособие. М.: Директ-Медиа, 2014. 466 с.

9. Фаррахова О. Ю. К вопросу о разграничении понятий «неопределенность» и «риск» // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. 2006. № 4 (20). С. 157–162.

10. Фирсова О. А. Управление рисками организаций: учеб.-метод. пособие. Орел: МАБИВ, 2014. 62 с.

УДК 338.242.2

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТРАНДАРТОВ ПО РИСК-МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛЕНИИ IT-ПРОЕКТАМИ

И. С. Сало

АО «Системы управления», Москва, Россия

I. S. Salo

PJSC «Control systems», Moscow, Russia

Аннотация. В статье рассмотрены перспективные направления использования стандартов в области риск-менеджмента. Широкое распространение получили Стандарт по управлению рисками FERMA, свод правил Enterprise Risk Management, разработанный COSO, Международная организация по стандартизации опубликовала Стандарт ИСО 31000. В работе описаны наиболее распространенные стандарты и выявлены возможности их использования в управлении IT-проектами. В ходе работы проанализированы различия терминологического аппарата и процессов риск-менеджмента. Сделан вывод, что стандарт COSO ERM представляется наиболее верно отвечающим задачам, стоящим перед разработчиками процесса риск-менеджмента и интеграции его в управлении IT-проектами.

Ключевые слова: риск, риск-менеджмент, стандарт, COSO ERM, FERMA, ISO 31000.

I. ВВЕДЕНИЕ

В начале 90х годов XX века риск-менеджмент рассматривался как узкоспециализированный подход для банковского и страхового сектора. Но уже в настоящее время – это необходимая составляющая менеджмента в различных отраслях экономики. Происходит активный процесс стандартизации в данной области. Разработаны национальные стандарты в Великобритании, Австралии, Новой Зеландии, Японии, США, Канаде, а также стандарт по управления рисками ISO 31000 [1, 2].

В [3] рекомендуются к изучению и использованию стандарты:

- Интегрированная модель, разработанный Комитетом спонсорских организаций комиссии Тредвея (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, COSO);

- Стандарт по управлению рисками Федерации европейских ассоциаций риск-менеджеров (FERMA).

В 2009 Международная организация по стандартизации опубликовала Стандарт ИСО 31000 Риск-менеджмент. Принципы и руководства по применению. Для обеспечения единообразия терминологии было выпущено Руководство ИСО/МЭК 73:2002 Менеджмент риска. Термины и определения.

В России с 2000 г. разрабатываются государственные стандарты по управлению рисками на основе ISO 31000, ISO 31010, ISO 73. Сегодня в данной области действительными являются:

- ГОСТ Р 51897-2011/Руководство ИСО 73:2009 Менеджмент риска. Термины и определения.

- ГОСТ Р 31000-2019 Менеджмент риска. Принципы и руководство.

- ГОСТ Р 30010-2011/МЭК 31010-2011 Менеджмент риска. Методы оценки риска.

Авторы [3] отмечают возрастающий интересе к стандартам отраслевых компаний с узкоспециализированными запросами. Поэтому развитие международных стандартов происходит в сторону обобщения с выделением ключевых процессов идентификации, анализа, регулирования факторов риска.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью настоящей работы является изучение и сравнение процессов риск-менеджмента, используемых методик и алгоритмов, изложенных в стандартах, определение возможности и области использования стандартов в риск-ориентированном управлении IT-проектами.

Для достижения цели были проанализированы стандарты:

- ГОСТ Р ИСО 31000-2019. Менеджмент риска. Принципы и руководство (далее – стандарт ИСО) [4];

- Стандарт по управлению рисками, разработанный Федерацией европейских ассоциаций риск-менеджеров (далее – стандарт FERMA) [5];

- свод правил Enterprise Risk Management, разработанный The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (далее – COSO ERM) [6].

Изучение стандартов происходило по двум направлениях: изучение терминологического аппарата и процессов риск-менеджмента.

III. ИЗУЧЕНИЕ СТАНДАРТОВ

1. Изучение терминологического аппарата

В [2] указано, что Стандарт FERMA не имеет своего терминологического словаря, в нем используется терминология ISO/МЭК 73:2009 «Менеджмент риска. Термины и определения». Российский стандарт ГОСТ Р 51897-2021 «Менеджмент риска. Термины и определения» идентичен международному документу ISO Guide 73:2009 «Менеджмент риска. Словарь. Руководство по использованию в стандартах». Поэтому, базовая терминология были использованы три источник [4, 6, 7].

Стандарты ИСО в отличие от COSO ERM дают определения терминам, непосредственно относящимся к риск-менеджменту (причастная сторона, критерий риска), так и терминам, имеющим более широкое применение в научной и практической деятельности (идентификация, анализ риска, частота, уязвимость и др.).

В Табл. 1 представлены термины и определения, по которым имеются существенные различия.

В COSO ERM понятие «риск» определено, как «вероятность возникновения события, которое окажет отрицательное воздействие на достижение поставленных целей», т.е. «наступление события» в будущем времени. В стандартах ISO «риск» определяется, как «следствие влияния неопределенности на достижение поставленных целей», т.е. «событие уже наступило». В дальнейшем будет показано, как данное разночтение отражается непосредственно на процессе управления риска.

Перечень лиц организации, причастных к менеджменту риска (COSO ERM) – Совет директоров и менеджеры, в стандартах ISO определение менеджмента риска связано с определенным действиями без указания ответственных за процесс лиц.

Таблица 1

Сравнение терминов и определений

Термин	Enterprise Risk Management COSO ERM (COSO ERM)	ГОСТ Р 51897-2021. Менеджмент риска. Термины и определения/ ISO Guide 73:2009 «Risk management – Vocabulary – Guidelines for use in standards», IDT
Риск (risk)	Вероятность возникновения события, которое окажет отрицательное воздействие на достижение поставленных целей	Следствие влияния неопределенности на достижение поставленных целей
Менеджмент риска (risk management)	Управление рисками организации: процесс, осуществляемый Советом директоров, менеджерами и другими сотрудниками, который начинается при разработке стратегии и затрагивает всю деятельность организации	Скоординированные действия по руководству и управлению организацией в области риска
Предпочтительный риск (risk appetite)	Риск-аппетит: Степень риска, который организация в целом считает для себя допустимым в процессе создания стоимости	Тип риска и его уровень, к которому организация стремится и готова поддерживать
Допустимый риск (risk tolerance)	Приемлемый уровень отклонения от достижения поставленных целей.	Риск, который организация и причастные стороны готовы сохранять после обработки риска для достижения своих целей
Событие (event)	Случай или ситуация, возникающая в результате действия внутренних или внешних факторов, оказывающее влияние на стратегию или достижение целей организации.	Возникновение или изменение специфического набора условий

В стандарте COSO ERM используется термин «риск-аппетит» обозначающий «степень риска, которую организации считает для себя допустимой в процессе создания собственности», в стандартах ISO этому определению можно поставить в соответствие термин «предпочтительный риск». При этом в ISO есть термин «допустимый риск», как «риск, который организация и причастные стороны готовы сохранять после обработки риска для достижения своих целей». В COSO ERM «допустимый риск» – это «приемлемый уровень отклонения от достижения поставленных целей».

Стандарты ISO дают описание термину «обработка риска», который рассматривается как процесс модификации риска, состоящий из процессов принятия решения и корректирующих действий:

- исключение риска путем принятия решения не начинать или не продолжить деятельность;
- принятие или повышение риска для обеспечения более широких возможностей;
- устранение источников риска;
- изменение правдоподобности/ вероятности опасного события;
- изменение последствий опасного события;
- разделение риска с другой стороной или сторонами;
- обоснованное решение о сохранении риска.

В COSO ERM можно сопоставить ему термин «реагирование на риски», который тоже является процессом:

- персонал организации определяет и оценивает возможные виды реагирования на риски, включая возможность уклонения от риска, принятия его, сокращения или перераспределения риска;
- руководство выбирает конкретные мероприятия, которые позволяют привести выявленный риск в соответствие с допустимым уровнем данного риска и с уровнем риск-аппетита организации.

Особенностью COSO ERM является использование термина «разумная гарантия». Разумная гарантия понимается как залог достижения целей организации, которое может обеспечить грамотное построение и внедрение процесса управления рисками организации.

2. Изучение процессов риск-менеджмента

Стандарты обеспечивает общий подход к управлению любых типов риска и не ограничивается конкретной отраслью или видом деятельности.

Процесс управления рисками, описанный в стандарте ISO представлен на рис. 1.

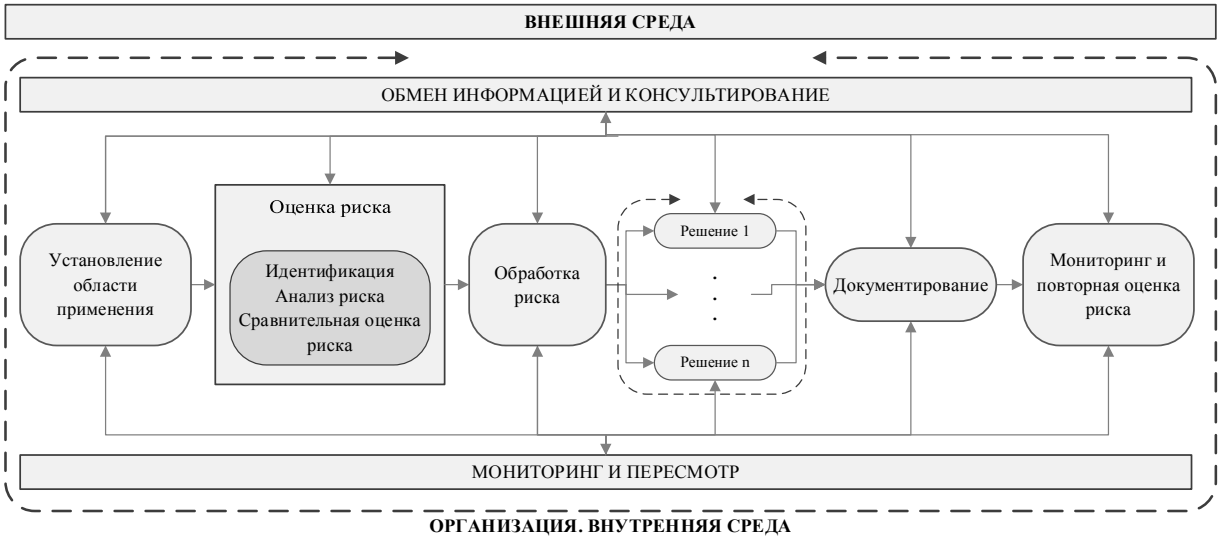


Рис. 1. Процесс управления риском стандарт ИСО

В стандарте ISO [4] организация самостоятельно определяет структуру риск-менеджмента, которая отвечать изложенным в нем принципам. Риск-менеджмент может применяться на разных уровнях (стратегический, операционный и др.), исходить из внешней или внутренней среды, поэтому для корректной оценки риска в стандарте предлагается определить область применения.

На этапе «Установление области применения» указываются виды, типы, размеры риска, которая организация принимает по отношению к своим целям, определяются критерии для оценки значимости риска.

На этапе «Оценка риска» применяются различные методы идентификации, анализа и сравнительная оценка риска с используются критериев, разработанных на предыдущем этапе.

«Обработка риска» представляет собой «модификацию риска». На этом этапе выбирается вариант обработки риска, планируются мероприятия, принимается решение о приемлемости остаточного уровня риска, реализуются запланированные мероприятия по обработке риска. По окончании мероприятий организуется мониторинг и пересмотр для дальнейшего повышения качества риск-менеджмента и организации в целом.

На рис. 2 представлена схема процесса управления рисками стандарта FERMA.

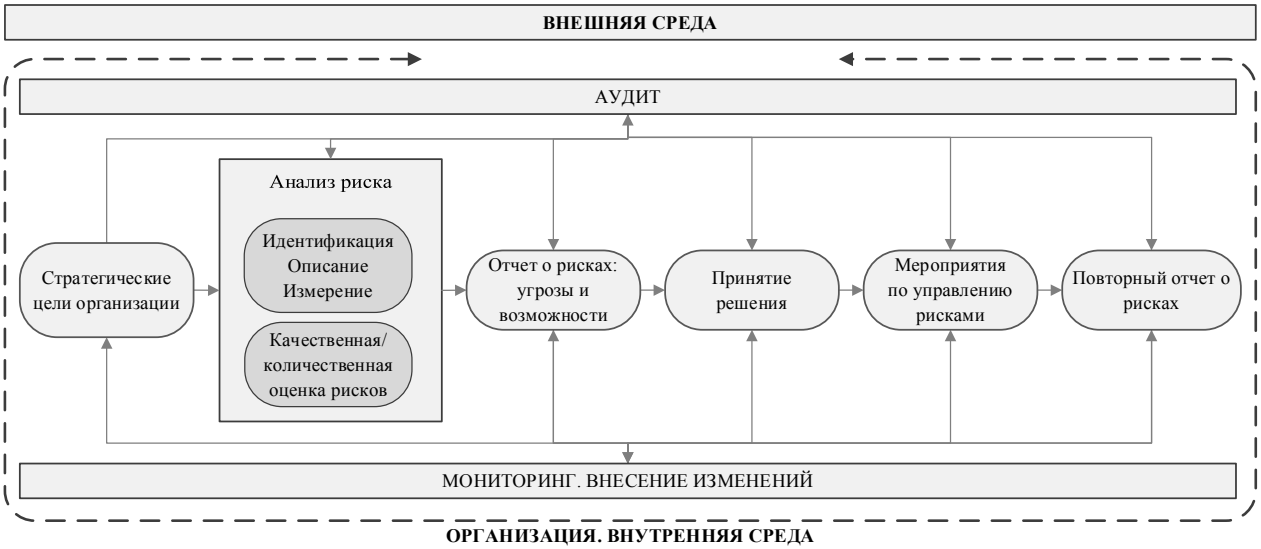


Рис. 2. Процесс управления риском стандарт FERMA

В каждом из стандартов представлен этап, на котором происходит качественная и количественная оценка рисков, но формулировки этапов и работ различные. Данный этап в стандарте FERMA [5] определяется как «Анализ риска» и включает его идентификацию, описание и изменение. Идентификация предполагает определение соответствия риска заданными параметрам – типу, уровню, вероятности, др., в соответствии с уровнем

бизнес-процесса (стратегическими, операционными, финансовыми и др.). Измерение риска предполагается в количественном, качественным или смешанном форматах.

Особое значение в стандарте отводится формированию отчетов о рисках:

- внутренний отчет: каждый сотрудник организации от Совета директоров до рядового сотрудника должен быть вовлечен в деятельность по управлению рисками;

- внешний отчет: система риск-менеджмента организации должна защищать интересы всех заинтересованных лиц, информация о рисках организации должна быть доступной.

На рис. 3 представлена схема процесса управления рисками COSO ERM.

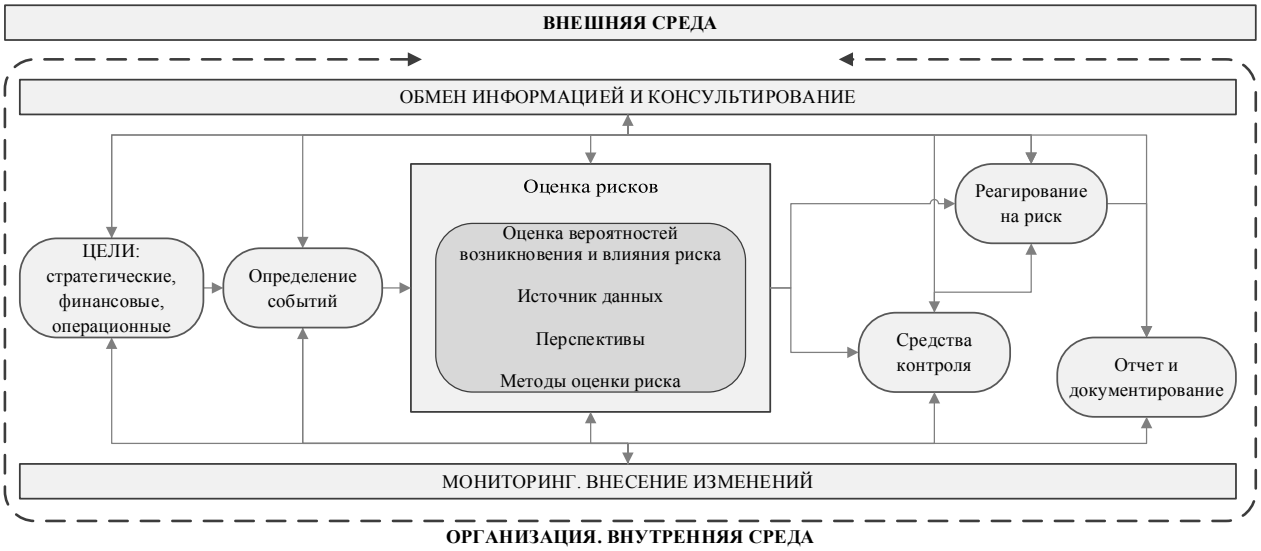


Рис. 3. Процесс управления риском COSO ERM

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ И ВЫВОДЫ

В работе проанализированы основные стандарты риск-менеджмента:

- ГОСТ Р 30010-2011/МЭК 31010-2011 Менеджмент риска. Методы оценки риска;

- Стандарт по управлению рисками Федерации европейских ассоциаций риск-менеджеров (FERMA);

- Интегрированная модель, разработанный Комитетом спонсорских организаций комиссии Тредвея (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, COSO).

При изучении терминологического аппарата, процессов оценки и обработки рисков выявлены различия, которые оказывают существенное влияние на управление риском в организации.

Можно сделать вывод, что в каждом из стандартов имеются положения риск-менеджмента, на которые следует обратить внимание организациям для формирования системы риск-менеджмента. При этом стандарт COSO ERM обращает на себя внимание следующими принципиальными положениями:

- восприятие риска как «вероятности возникновения событий» и, следовательно, предварительное подробное описание потенциальных рисков по целям, этапам и задачам проекта;

- место в процессе риск-менеджмента и описание этапа «Определение событий» в полной мере отражает видение понятия «риск», как «наступление событий в будущем времени»;

- задачи этапа «Оценка рисков» в стандарте COSO ERM представляется как более соответствующая пониманию риска в контексте вероятности возникновения событий (оценка вероятностей, источник данных, перспективы, методы оценки риска).

Таким образом, стандарт COSO ERM представляется наиболее верно отвечающим задачам, стоящим перед разработчиками процесса риск-менеджмента и его интеграции в управлении IT-проектами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баранов А. Международные стандарты управления рисками: не базелем единым // Рынок ценных бумаг. 2015. № 5. С. 23–33.

2. Харченко С., Ананьева Р. Стандарты управления риском Австралии и Новой Зеландии // Экология и промышленность России. 2014. № 1. С. 52–57.

3. Авдийский В. И., Безденежных В. М., Дадалко А. В., Синявский Н. Г. Проектирование систем управления рисками хозяйствующих субъектов: учеб. пособие / под общ. ред. А. В Дадалко. М.: ИНФРА-М, 2017. 203 с.

4. ГОСТ Р ИСО 31000-2019. Менеджмент риска. Принципы и руководство. Взамен ИСО 31000-2010. Введ. 2019-12-10. М.: ФАТРиМ, 2019. 19 с.

5. Стандарты. Какие стандарты существуют? // SVK4U. URL: https://svk4u.ru/?page_id=208 (дата обращения: 28.10.2022).

6. Управление рисками организаций. Интегрированная модель. URL: http://www.aoosk.ru/about/vnutrenniy-kontrol-upravlenie-riskami/ (дата обращения: 28.10.2022).

7. ГОСТ Р 51897-2021. Менеджмент риска. Термины и определения. Взамен ГОСТ Р 51897-2011. Введ. 201-11-11. М.: ФАТРиМ, 2021. 16 с.

8. Николаенко В. Риск, риск-менеджмент и неопределенность: уточнение понятий // Государственное управление. Электронный вестник. 2020. № 81. С. 91–119.

УДК 334.7

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ И МЕР ИХ ПОДДЕРЖКИ

В. В. Синельник

ФГБОУ ВО «Югорский государственный университет», г. Ханты-Мансийск, РФ

V. V. Sinelnik

Yugra State University, Khanty-Mansiysk, Russia

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы разработки новых мер поддержки субъектов малого предпринимательства на основе анализа результатов их деятельности в автономном округе. По результатам проведенного исследования были сделаны выводы, заключающиеся в том, что действующие меры поддержки недостаточны для развития малого предпринимательства и необходимо предложить новые формы поддержки, которые помогут увеличить число малых предприятий в Югре и повысить эффективность их деятельности.

Ключевые слова: анализ, малое предпринимательство, меры поддержки, динамика, Ханты-Мансийский автономный округ - Югра.

I. ВВЕДЕНИЕ

Малое предпринимательство является одним из элементов рыночной системы, без него эффективное и полноценное развитие экономики страны невозможно. Также это один из важнейших факторов занятости и источников дохода населения, оно участвует в формировании валового внутреннего продукта страны и помогает в обеспечении национального благосостояния.

Президент РФ Владимир Путин на пресс-конференции по итогам переговоров с белорусским коллегой Александром Лукашенко заявил о необходимости выделить дополнительные ресурсы на поддержку отдельных отраслей и рассчитывает на рост малого и среднего предпринимательства [1].

Одной из форм поддержки государства в сфере малого предпринимательства являются национальные проекты. Так, для того, чтобы повысить эффективность принятия управленческих решений на государственном и муниципальном уровнях в сфере малого и среднего бизнеса, реализуется национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Содержание проекта направлено на повышение открытости финансовых ресурсов для предпринимателей и расширение количества предприятий малого и среднего бизнеса, которые осуществляют сотрудничество с государственными компаниями. Кроме того, проект особо акцентирует внимание на развитии компаний, которые применяют в своей деятельности инновационные технологии, на поддержке предпринимателей, ведущих свой бизнес в социальной сфере и стартовых идей в сфере малого и среднего предпринимательства. Проект предусматривает разработку и внедрение интерактивных ресурсов, целью которых является повышение уровня информирования предпринимателей о том, какие меру государственной поддержки являются для них доступными и выгод-

ными. Благодаря этому проекту, предприниматели могут получать специализированное образование [2]. Составным компонентом вышеупомянутого проекта является проект федерального уровня «Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства». Цель проекта связана с созданием условий для роста численности субъектов малого и среднего бизнеса. Количественный показатель реализации проекта равен 25 млн. человек. Достичь такого показателя в рамках проекта планируется к 2024 году. Средством достижения результата проект предусматривает, государственную поддержку.

Кроме того, в округе – Югре действуют и проекты регионального уровня, целью которых также является рост субъектов в малом и среднем предпринимательстве. Такими проектами являются: федеральный проект «Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства», предакселерация, поддержка самозанятых [3]. Количественный показатель реализации проекта равен 239 600 человек. Достичь такого показателя в рамках проекта планируется к 2024 году [4].

Мероприятия по формированию условий и видов поддержки для создания малого предпринимательства носят постоянный и программный характер, потому что направлены на оказание поддержки на всех стадиях развития малого бизнеса, начиная от его образования до выпуска (оказания) первой и последующей продукции (услуг).

Богомоловой Л.Л. уже проводилось исследование малого предпринимательства в округе. В своей статье Богомолова Л.Л. рассмотрела показатели результативности деятельности сферы малого предпринимательства в Югре. Исследователем был проанализирован и показатель оборота малого бизнеса в валовом региональном продукте. В своем исследовании автор указала и перечень мер государственной поддержки [5]. Помимо этого, Богомолова Л.Л. оценила динамику развития сферы малого бизнеса на региональном и федеральном уровнях. [6].

Такмашева И. В. в статье «Развитие и поддержка малого предпринимательства на территории Ханты-Мансийского автономного округа - Югры» представила изменение показателей сферы малого предпринимательства и определила ряд наиболее эффективных способов государственной поддержки в этой сфере [7].

II. АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА-ЮГРЫ И МЕР ИХ ПОДДЕРЖКИ

В большей степени предприятия в сфере малого бизнеса Югры ведут предпринимательскую деятельность в направлениях, связанных с торговлей, предоставлением услуг населению, сферой строительства, транспортной сферой и сферой образования. В качестве критерия, который влияет на определение для предприятия предпочтительного вида деятельности, могут выступать климатические условия или региональный фактор. В этой связи, определённые экономические отрасли могут развиваться в меньшей степени.

Главным показателем, отражающим размеры сферы малого бизнеса, является число малых предприятий. Рассмотрим количество малых предприятий Югры в сравнении с Ямало-Ненецким автономным округом и Тюменской областью в период с 2016 по 2021 годы. Данные о количестве малых предприятий представлены на рисунке 1 [8].

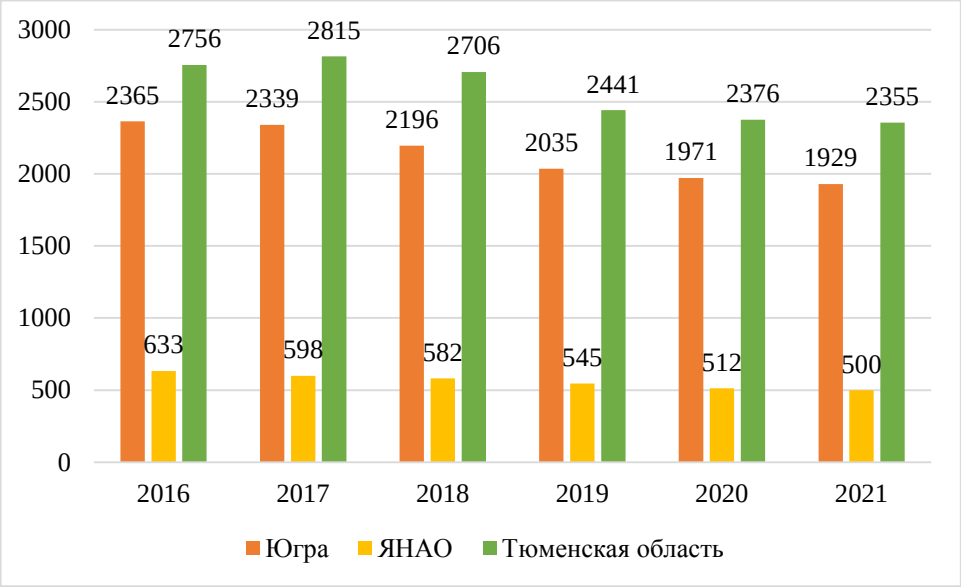


Рис. 1. Динамика числа малых предприятий, ед.

В 2016 году количество малых предприятий в Югре, включая юридических лиц (далее ЮЛ) и индивидуальных предпринимателей (далее ИП), составляло 2 365 субъектов. В 2021 году их количество значительно уменьшилось и составило 1929 субъектов. В период с 2016 по 2021 год, количество малых предприятий в Югре стабильно уменьшалось. По отношению к начальному периоду число малых предприятий сократилось на 18,44%, что составляет 436 субъектов. В автономном округе наблюдается тенденция отрицательной динамики числа малых предприятий. Этому могли послужить следующие причины: закрытие малых предприятий в связи с выявленными в ходе проверок нарушениями, добровольное прекращение деятельности собственниками малого бизнеса, смена места жительства владельцами малого бизнеса, смена статуса на самозанятых, увеличение масштабов бизнеса до размеров среднего предпринимательства, COVID-19.

Похожая динамика наблюдается и в Ямало-Ненецком автономном округе. В период с 2016 по 2021 год, число малых предприятий сократилось на 21,01% (133 предприятия). Исходя из данных диаграммы, представленной на рисунке 1, мы видим отрицательную динамику малого предпринимательства в автономном округе. На данную динамику могли повлиять следующие причины: очистка реестра от предприятий, которые существуют только документально; COVID-19; снижение покупательской способности населения; отсутствие (или недостаточность) поддержки для развития малого бизнеса; неблагоприятная внешняя среда.

В Тюменской области динамика незначительно отличается от предыдущих субъектов Российской Федерации. В 2016 году число субъектов малого предпринимательства составляло 2756. В 2017 году наблюдался рост малых предприятий. По отношению к 2016 году их число увеличилось на 59 (2,14%) субъектов малого предпринимательства и составило 2815. На конец 2021 года число малых предприятий составило 2 355 субъектов. Наблюдается отрицательная динамика. Число предприятий сократилось на 401 субъект (14,55%). По сравнению с вышеописанными субъектами в Тюменской области наблюдается наименьшее сокращение малых предприятий в период с 2016 по 2021 годы. На сокращение субъектов малого бизнеса повлияла пандемия, низкая платежеспособность, невозможность конкурировать с более крупными предприятиями, недостаточность знаний по управлению бизнесом.

Рассмотрим динамику показателей развития малого бизнеса в Югре в период с 2016 по 2021 годы [8, 9, 10].

На рисунке 2 представлена динамика показателей развития малого бизнеса в Ханты-Мансийском автономном округе-Югре

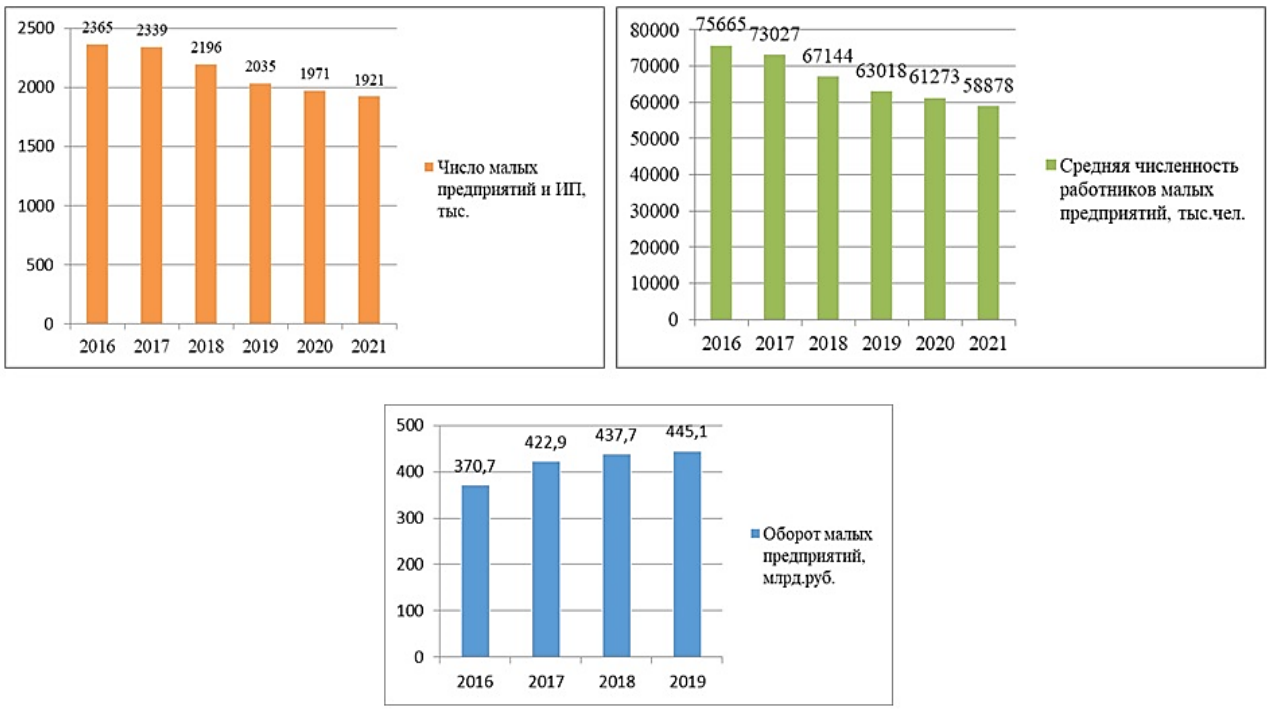


Рис. 2. Динамика показателей развития малого бизнеса
в Ханты-Мансийском автономном округе-Югре

Проанализировав данные показателей малого бизнеса в автономном округе, определим темп роста по каждому из них. По показателю «Число малых предприятий и ИП», темп роста составляет 81,23 %. Показатель «Средняя численность работников малых предприятий» имеет темп роста 77,81 %. У показателя «Оборот малых предприятий» значение темпа роста составляет 120,07 %.

Количество малых предприятий относится к ключевым показателям сферы малого предпринимательства в автономном округе. В период с 2016 по 2021 годы, число малых предприятий уменьшилось на 444 единицы (18,8%). Наблюдается отрицательная динамика. К одной из причин такой динамики относится укрупнение малого бизнеса в связи с оказываемой государственной поддержкой. Среднесписочная численность работников малых предприятий по сравнению с 75 665 человек в 2019 году уменьшилась на 22,18%. На такую динамику могло повлиять сокращение работников; увольнение работника, по независящим от работодателя причинам (призыв в армию, уход на пенсию, переезд на другое место жительства и др.); увольнение работника за регулярное нарушение трудового договора и устава организации; уход работника по собственному желанию; внедрение новых технологий на производстве; ковидные ограничения; уход организации с рынка, что повлекло за собой увольнение рабочих.

Следующим не маловажным показателем развития малого предпринимательства является оборот малых предприятий. Прослеживается положительная динамика показателей оборота малых предприятий. С 2016 года оборот малых предприятий увеличился на 20,07% (74,4 млрд. руб.). Существенный рост оборота малых предприятий произошёл в 2017 году. Темп роста в период с 2016 по 2017 год составил 114,08%. Это может быть связано с увеличением масштабов производства, оказания услуг, выполнения работ; увеличение числа субсидий на открытие малого бизнеса; иные меры государственной поддержки малого предпринимательства; повышения потребительского спроса на оказываемые услуги и продукцию; повышение квалификации работников.

Далее проанализируем меры государственной и муниципальной поддержки субъектов малого бизнеса, реализуемые в Югре.

Малым предприятиям оказываются различные виды поддержки в различных формах:

– информационно-консультационная (бесплатная регистрация бизнеса, консультирование по вопросам ведения бизнеса, по разработке сайта, по разработке франшизы, по работе на электронных торговых площадках, продвижение в социальных сетях и пр.)

– образовательная (проведение семинаров, форумов, тренингов, мастер-классов от ведущих предпринимателей автономного округа и страны),

– финансовая (предоставление компенсаций, микрозаймов, поручительств, грантов, субсидий и проч.)

– имущественная (предоставление помещений на льготных условиях, услуги инжинирингового центра).

Отдельные направления поддержки реализуются для малых предприятий, занимающихся внешнеэкономической деятельностью (экспортеров), организаций в сфере социального предпринимательства, креативных индустрий, женского предпринимательства. Разработаны отдельные меры поддержки малого бизнеса в условиях внешнего санкционного давления.

Так за 2021 год по данным департамента финансов Югры меры поддержки получили более 15 тыс. организаций малого и среднего бизнеса, объем финансирования из бюджета субъекта РФ составил около 1,2 млрд. руб.

III. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В целом динамика малых предприятий в заданном периоде является отрицательной. Положительную динамику имеет только оборот малых предприятий. Для повышения основных показателей развития малого бизнеса необходимо осуществлять меры по положительной направленности показателей малого предпринимательства. В рамках национального проекта в Ханты-Мансийском автономном округе осуществляются меры поддержки малого и среднего бизнеса. В ходе анализа было выявлено, что данных мер недостаточно.

Значительное влияние на малый бизнес оказала пандемия и сейчас стоит увеличить государственную поддержку малым предприятий для восстановления их производственного ресурса. Меры поддержки должны осуществляться в зависимости от деятельности предприятия и его возможности быстро восстановить свои производственные ресурсы. Некоторым предприятиям для этого потребуется переобучение сотрудников, возможно, реорганизация бизнеса. Сельскохозяйственным, промышленным и строительным компаниям требуется особая поддержка так как во время пандемии спрос на их продукцию/услуги значительно упал. В связи с обострением геополитической ситуации в 2022 году ряд стран ввели санкции против России, что оказало влияние и на деятельность предприятий. В качестве помощи в адаптации бизнеса, правительство приступило к следующим

мерам поддержки. Для помощи сельскому хозяйству вводятся гранты для производителей – участников в научно-исследовательской и опытно-конструкторской работах (далее НИОКР): производители кормов для скота; семян масленичных культур и селекционеров; виноградарям; компаниям, которые занимаются генетическим совершенствованием крупного рогатого скота. Для осуществления этих мер правительство выделило более 1 млрд. рублей на покупку материалов, реагентов, оборудования и машин, а также 25 млрд. рублей на реализацию программы льготного кредитования для сельхозпроизводителей. IT-отрасль получила отсрочку от срочной службы в Вооружённых силах РФ и возможность получения ипотеки на льготных условиях. Также IT-специалисты не платят налог на прибыль. В качестве поддержки МСП в полномочия властей субъектов РФ входит продление периода, в течение которого предприниматели могут уплатить налоги. Также МСП может воспользоваться программой льготного кредитования «на зарплату» ФОТ 3.0. Выделено 6,2 млрд. рублей. Ставка по кредиту - 3%. Малым предприятиям при расчетах с контрагентами компенсируют комиссию, уплачиваемую за применение в расчетах системы быстрых платежей. До конца 2022 года государством введен запрет на плановые проверки индивидуальных предпринимателей и малых организаций, а компаний, деятельность которых связана с информационными технологиями, - да конца 2024 года [11].

В дополнение к уже введённым и имеющимся мерам поддержки малого предпринимательства, я предлагаю отнести следующие меры: помощь и консультация в создании малого предпринимательства в сельской местности; поддержка малого бизнеса, использующего вторичное сырье и энергосберегающие ресурсы; бесплатная юридическая консультация и помощь в оформлении необходимых документов.

Если вышеописанные меры будут осуществлены в полном объёме, то в скором времени произойдёт рост числа предприятий, следовательно, отрицательная динамика основных показателей малого предпринимательства сменится на положительную.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Путин рассчитывает на рост малого и среднего бизнеса в России. URL: https://ria.ru/20220412/putin-1783136763.html (дата обращения: 28.11.2022).

2. Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» // Росконгресс: сайт. URL: https://roscongress.org/knowledge/natsionalnyy-proekt-maloe-i-srednee-predprinimatelstvo-i-podderzhka-individualnoy-predprinimatelskoy/materials/ (дата обращения: 28.11.2022).

3. Региональные проекты // Департамент экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа-Югры: сайт. URL: https://depeconom.admhmao.ru/deyatelnost/natsproekty/natsionalnyy-proekt-maloe-i-srednee-predprinimatelstvo-i-podderzhka-individualnoy-predprinimatelskoy/ (дата обращения: 28.11.2022).

4. Паспорт портфеля проектов «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» от 15.02.2017 № ПП-005-05. URL: https://depeconom.admhmao.ru/deyatelnost/natsproekty/natsionalnyy-proekt-maloe-i-srednee-predprinimatelstvo-i-podderzhka-individualnoy-predprinimatelskoy/ (дата обращения: 28.11.2022).

5. Богомолова Л. Л. Экономическая оценка развития малого и среднего бизнеса в Ханты - Мансийском автономном округе - Югре // Символ науки. 2015. № 5. С. 85–90.

6. Богомолова Л. Л. Динамика результатов развития малого и среднего бизнеса в Ханты - Мансийском автономном округе - Югре // Инновационная наука. 2015. № 6. С. 42–45.

7. Такмашева И. В. Развитие и поддержка малого предпринимательства на территории Ханты-Мансийского автономного округа - Югры // Вестник Югорского государственного университета. 2011. № 4. С. 125–128.

8. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства // Федеральная налоговая служба: сайт. URL: https://ofd.nalog.ru/statistics.html (дата обращения: 28.11.2022).

9. Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, сведения о которых содержатся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства // Федеральная налоговая служба: сайт. URL: https://ofd.nalog.ru/statistics.html?statDate=10.01.2017&level=0&fo=6&ssrf=86&t=1666448176801&t=1666448176801 (дата обращения: 28.11.2022).

10. Регионы России. Социально-экономические показатели // Федеральная служба государственной статистики: сайт. URL: https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204 (дата обращения: 28.11.2022).

11. Поддержка малого бизнеса: госпрограммы 2022 года // Бизнес: сайт. URL: https://www.business.ru/article/1360-podderjka-malogo-biznesa-2019-gos-programmy (дата обращения: 28.11.2022).

УДК 338.47

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТРАНСПОРТНЫХ КЛАСТЕРОВ

А. И. Смирнов
Российский университет транспорта (МИИТ), Москва, Россия

A. I. Smirnov
Russian University of Transport (MIIT), Moscow, Russia

Аннотация. **В статье проведен анализ исследований, посвященных проблемам кластеризации транспортных компаний. Рассмотрены различные подходы к определению транспортных кластеров. В результате проведенного анализа обобщены преимущества, недостатки, предпосылки и риски формирования транспортных кластеров.**

Ключевые слова: кластеризация, транспортные компании, транспортные кластеры.

I. ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования обусловлена необходимостью перехода к инновационным моделям предпринимательства, в связи с чем следует активизировать деятельность по созданию инновационных структур, среди которых одним из наиболее результативных является кластер.

Исследование сущности и теоретических аспектов формирования экономических кластеров проводилось, прежде всего, такими зарубежными авторами, как Е. Дахменом, Е. Лимером, М. Портером, Я. Суоминен, М. Тодаро, И. Толенадо, М. Фельдманом, П. Фишером, Д. Якобсоном, А. Янгом.

Кластерные модели экономического развития стали объектами анализа и рядом российских ученых: С. И. Соколенко, Я. Б Олейника, В. М. Осипова, В. И. Захарченко, Н. В. Слипенчука. Несмотря на освещение проблем экономического сотрудничества в ракурсе формирования транспортных кластеров еще основательно не разработаны вопросы методологии формирования транспортных кластеров.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Данное исследование посвящено решению научной задачи по разработке теоретико-методических положений по формированию транспортных кластеров

III. ТЕОРИЯ

В исследованиях, посвященных проблемам, возникающим при формировании и функционировании кластеров можно встретить следующее. Ю. Тарасова сосредотачивает свое внимание на кластерах как инструментах реформирования государственной региональной промышленной политики[1]. Б. Хаиров рассматривает кластеры как метод активизации инновационной деятельности в экономике региона [2]. Исследование конкурентоспособности кластеров на микро –, мезо – и макроуровнях, анализ проблем и препятствий на пути возникновения промышленных группировок раскрыто в работе В. Ковалева [3].

Ю. Лапыгин обосновывает методологический подход к формированию конкурентоспособных промышленных кластеров с учетом регионального и государственного уровней национальной экономики, предлагает определение понятия «промышленный кластер» и приводит модель его функционирования в экономической среде с учетом принципа инновационного партнерства [4].

Как отмечает В. Арсенов, кластеры прогрессивно влияют на экономическое развитие стран, а также связанных с их деятельностью организации (образовательные учреждения, агентства по стандартизации, торговые компании), так как несут потенциал по вкладу в повышение благосостояния людей [5].

Л. Батракова обращают внимание на то, что концепция кластера создает новую картину национальных, региональных и локальных экономических конфигураций, объясняя, какие новые задачи появляются у компаний и других учреждений. Как отмечает исследователь, существование кластеров показывает, что конкурентные преимущества не обязательно появляются у какой-то отдельной компании или отрасли, а зависят от места пребывания его деловых единиц [6].

В исследовании Д. Напольских выделяет следующие факторы сдерживания развития отечественных кластеров:

– отсутствие достаточного информационного обеспечения развития кластеров на региональном уровне;

– незаинтересованность малого и среднего бизнеса в объединении;

– отсутствие опыта функционирования кластеров [7].

Как отмечает Л. Батракова, развитие кластеров во многом зависит от кадрового обеспечения – появления группы специалистов и ряда юридических лиц, работающих над созданием и развитием кластеров. Уровень квалификации этих физических и юридических лиц определяет потенциал кластерного подхода страны в целом и успех конкретных кластеров в частности [6].

Согласно И. Унгаевой существует следующие причины недостаточного распространения кластеров в нашей стране: продолжающийся экономический кризис; низкая инновационная активность промышленных предприятий; устарелость технологий в стратегических отраслях национальной экономики и возможность их модернизировать путем импорта; низкий уровень финансирования инновационной деятельности и доступа инновационно активных предприятий к кредитным и другим финансовых ресурсов [8].

Исходя из вышеперечисленного в целях обеспечения качественного обслуживания клиентов, эффективного управления транспортными компаниями, логистическими и распределительными центрами, логистическими и другими посредниками становится приоритетным направление по созданию и развитию транспортных кластеров.

К благоприятным предпосылкам для формирования транспортного кластера следует отнести, во-первых, совокупность компаний, активно взаимодействующих друг с другом; во-вторых, территориальное пересечение национальных (международных) транспортных артерий различных видов транспорта, обеспечивающих значительные перевозки грузов и пассажиров в наибольшей концентрации.

Непосредственно к составляющим транспортного кластера следует перечислить: мультимодальные транспортные коридоры; глубоководные порты, грузовые терминалы, международные центры высоких технологий; комплексные линии электротранспорта агломерации; и, конечно, наличие компаний, которые станут ядром кластера.

Речь идет, прежде всего, о транспортных компаниях с четкой стратегией своего развития, заключающуюся в расширении клиентской базы за счет привлечения приема и отправки грузов разными видами транспорта. То есть, компаниями, располагающими значительной протяженностью грузовых причалов, оборудованных современными погрузочно-разгрузочными средствами, железнодорожными путями, имеющими удобный подъезд для габаритного автотранспорта, обеспечивающий возможность переработки прибывающих грузов не только автомобильным, но железнодорожным, водным и воздушным видами транспорта [9].

Финансово-кредитная подсистема, стержнем которой, как правило, выступает региональный банк с разветвленной филиальной сетью и страховыми компаниями – партнерами банка, также является важным элементом кластера, что расценивается как его конкурентное преимущество.

Основными задачами создания кластера транспортных компаний является следующее:

– обеспечение транспортно-логистических услуг на уровне мировых стандартов; интеграция транспорта в мировую транспортную систему;

– развитие и эффективное использование имеющегося транзитного потенциала на пути торгово-экономических взаимосвязей, особенно для крупных транспортных узлов страны;

– развитие и модернизация транспортно-логистической инфраструктуры города для быстрой, дешевой и экологически безопасной доставки отечественных и иностранных товаров [10].

В обеспечении единства транспортного кластера существенную роль играют органы государственной власти и масс-медиа, создающие рамочные условия взаимодействия участников этого интеграционного образования, формируя имидж и развивая транспортную инфраструктуру. Кроме того, меры со стороны государства касаются стимулирования развития трех факторов конкурентоспособности кластера: людских ресурсов, инфраструктуры и научно-опытного потенциала, создающих факторные условия инновационного развития кластера [9].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Кластеры как активный и перспективный вид организации производственно-коммерческого взаимодействия экономических субъектов выступают катализатором позитивных социально-экономических сдвигов и роста эффективности общественного производства. Кластеры способствуют развитию экономики, создавая группы сетевых компаний в конкретных секторах и улучшая возможности бизнеса, предлагая индивидуальную поддержку. Обобщенный анализ преимуществ, недостатков, возможностей и рисков формирования транспортного кластера предоставлен в Табл. I.

Таблица 1

Предпосылки формирования транспортного кластера

Преимущества	Недостатки
Наличие совокупности активнодействующих взаимосвязанных компаний.	Неурегулированная тарифная политика
Достаточный уровень технического оснащения потенциальных участников кластера.	Высокая арендная плата за пользование земельными участками.
Взаимосвязи с компаниями разных видов транспорта.	Высокие затраты на поддержание инфраструктуры.
Наличие научных организаций, осуществляющих научно-технические разработки для кластера.	
Возможности	**Риски**
Рост рынка грузовых и пассажирских перевозок.	Изменения рыночной конъюнктуры на мировых рынках транспортно-логистических услуг.
Получение налоговых преференций со стороны государства для компаний кластера	
Привлечение государственных средств и средств инвесторов на развитие кластера	Высокая конкуренция со стороны других участников транспортного рынка
Создание условий повышения конкурентоспособности транспортных компаний	Рост стоимости перевозок.

В свою очередь стоит отметить, что кластеризация создает среду, предоставляющую возможность процветать другим видам сотрудничества, в частности созданию сетей между компаниями и развитию цепочек поставок.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Создание кластера транспортных компаний будет содействовать развитию транспортной инфраструктуры на базе основных транспортных магистралей, что обеспечит расширение пропускной способности транспортной сети за счет распределения общей транспортной нагрузки путем кооперации всех видов транспорта.

Эффективное управление процессом в рамках транспортного кластера сводится к сокращению производственных затрат вследствие замкнутого цикла и завершенного процесса производства, а также единого подрядчика при транспортировке товаров или составляющих, который предоставляет все сопутствующие услуги

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ базовых элементов по формированию транспортного кластера позволяет выделить главные составляющие: транспортные компании, логистический центр, международный транспортный коридор, научно-исследовательские, образовательные учреждения. В результате сформированный транспортный кластер координирует деятельность многочисленных транспортных, экспедиторских, информационных и других логистических посредников, обеспечивает высокий уровень развития сервиса и транспортно-логистической инфраструктуры, решая ряд задач по развитию экономики региона.

Кроме того, формирование кластера будет способствовать решению ряда социальных проблем, в частности, за счет создания дополнительных рабочих мест, в основном в сфере инженерно-технического обслуживания. Поддержание развития совокупности экономически активных транспортных компаний будет создавать более благоприятный инвестиционный климат, являющийся залогом дополнительной мотивации для иностранных и отечественных инвесторов по инвестированию финансовых средств в отрасль.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Тарасова Ю. И., Киншт А. В. Кластер как структурная единица территориально-пространственной организации среды в России // Вестник Томского государственного архитектурно-строительного университета. 2018. Т. 20, № 6. С. 66–74.

2. Хаиров Б. Г. Развитие механизма импортозамещения в инновационных территориальных кластерах // Вестник СибАДИ. 2017. № 3 (55). С.182–189.

3. Ковалев В. А., Хаиров Б. Г., Чупин Р. И. Особенности формирования территориальных инновационных кластеров в условиях структурной трансформации российской экономики // Вестник Омского университета. Сер. Экономика. 2017. № 4 (60). С. 151–161.

4. Лапыгин Ю. Н., Тулинова Д. В. Условия формирования кластера // Вестник университета. 2020. № 7. С. 114–119.

5. Арсенов В. Основные предпосылки формирования кластеров // Наука и инновации. 2016. № 165. С. 37–41.

6. Батракова Л. Г. Формирование кластерно-сетевой экономики как важное направление повышения эффективности экономики регионов // Социально-политические исследования. 2019. № 4 (5). С. 69–92.

7. Напольских Д. Л. Тенденции и перспективные модели формирования промышленных кластеров в Российской Федерации // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2017. Т. 10, № 6. С. 248–263.

8. Унгаева И. Ю., Унгаев О. А. Моделирование процесса формирования региональных инновационных промышленных кластеров // Вестник БГУ. Экономика и менеджмент. 2018. № 2. С. 85–89.

9. Волынчук А. Б., Крылова И. А. Теоретические подходы к определению транспортно-логистического кластера // АНИ: экономика и управление. 2018. № 1 (22). С. 77–80.

10. Шеина С. Г., Федоровская А. А., Заика Е. Г. Выбор факторов комплексной оценки транспортно-логистического кластера в системе кластерного развития Ростовской области // Вестник Томского государственного архитектурно-строительного университета. 2018. Т. 20, № 2. С. 207–215.

УДК 338

ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБОСНОВАНИЯ ВЫБОРА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

И. А. Стрелкова

ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет», город Севастополь, Россия

I. A. Strelkova

Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

Аннотация. **В статье описаны вопросы разработки экономического обоснования выбора стратегии развития предприятия. В результате было установлено, что прямое воздействие потребителей, поставщиков и органов регулирования оказывает существенное экономическое влияние на деятельность предприятия и требует особых подходов для достижения целевых показателей предприятия. Наиболее значимыми внутренними факторами, оказывающими влияние на выбор стратегии предприятия, являются производственные. SWOT-анализ объединил в себе выявленные сильные и слабые стороны предприятия на фоне существующих возможностей и угроз окружающей предприятие среды для возможности получения наиболее объективной и полной оценки предприятия и выхода на стратегии. В его рамках определены стратегические альтернативы и на их основе последовательно сформулированы следующие стратегии: стратегия диверсификации; финансовая стратегия. Совершенствование основной стратегии развития обосновано мероприятиями внутренней и внешней направленности.**

Ключевые слова: **стратегия развития, SWOT-анализ, факторы, внешняя среда, внутренняя среда.**

I. ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы исследования заключается в том, что в условиях развития экономики весьма важной становится задача экономического обоснования выбора стратегии развития предприятия. Рыночная среда мотивирует предприятия на поиск более эффективных методов выбора стратегии развития, которые будут повышать уровень обоснованности принятых стратегий и давать возможность своевременного совершенствования уже используемых стратегий.

В работах зарубежных и отечественных авторов представлено основательное рассмотрение широкого круга вопросов формирования, оценки и выбора стратегии, однако в целом развитие экономической науки в этом направлении логично признать фрагментарным в виду слабого уровня систематизации накопленных знаний.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель статьи – показать экономическое обоснование выбора стратегии развития на примере конкретного предприятия. Задачи: рассмотреть сущность стратегии развития предприятия в современных условиях; провести анализ внутренних и внешних прямых и косвенных факторов, влияющих на выбор стратегии исследуемого предприятия; используя SWOT-анализ, обосновать выбор стратегии развития предприятия. Предметом исследования являются экономические отношения, возникающие в процессе обоснования и выбора стратегии развития предприятия. Объект исследования - ООО «Природа» - региональный оператор по транспортированию твердых коммунальных отходов в Оренбургской области.

III. ТЕОРИЯ

Разнообразие подходов к рассмотрению термина «стратегия» сказывается на большом количестве классификационных признаков. Использование той или иной классификации стратегий напрямую зависит от типа экономики, в котором функционирует предприятие, специфики отрасли, положения и доли предприятия в отрасли, технологии и прочих внутренних и внешних факторов. [1]

В долгосрочной перспективе развитие предприятий можно обеспечить только благодаря эффективной стратегии, выстраиваемой для дальнейшего развития бизнеса. Учеными доказано, что для современного бизнеса к главным условиям относят не только само наличие стратегии, но и стратегическое управление компаниями на постоянной основе.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

ООО «Природа» в качестве регионального оператора осуществляет деятельность по сбору, транспортированию, обработке и захоронению твердых коммунальных отходов на территории Оренбургской области.

Для анализа основных показателей деятельности предприятия обратимся к таблице 1. Источником данных выступает отчет о финансовых результатах.

Таблица 1

Основные экономические показатели деятельности ООО «Природа»

Показатели	2018г	2019г	2020г.	Абс. отклонения		Темп роста, %	
				2019г./ 2018г.	2020г./ 2019г.	2019г./ 2018г.	2020г./ 2019г.
1 Выручка, млн. руб.	16,28	1 834,4	1 762,5	1 818,12	-71,9	в 112 раз	96
2 Прибыль от продаж, млн. руб.	-7,2	719,5	341,4	726,7	-378,1	в 99 раз	47,4
3 Чистая прибыль, млн. руб.	-13,7	346,9	224,5	360,6	-122,4	в 25 раз	64,7
4 Среднесписочная численность основного производственного персонала, чел.	16	539	739	523	200	в 33 раза	137

Из анализа видно, что, несмотря на наличие отрицательной динамики по некоторым показателям, ООО «Природа» обладает отличным потенциалом для реализации основных видов деятельности. Очень большое влияние оказывает краткосрочность периода с момента начала деятельности и регулируемый характер деятельности. Это усложняет процесс формирования причинно-следственных связей, так как экономические показатели за три года существенно отличаются.

Был проведен анализ внешних факторов, оказывающих влияние на выбор стратегии предприятия. Было установлено, что прямое воздействие потребителей, поставщиков и органов регулирования оказывает существенный экономический эффект на деятельность предприятия и требует особых подходов для достижения целевых показателей предприятия.

Внешние факторы, влияющие на выбор стратегии ООО «Природа» и ее обоснование, можно разделить на две группы (рисунок 1).

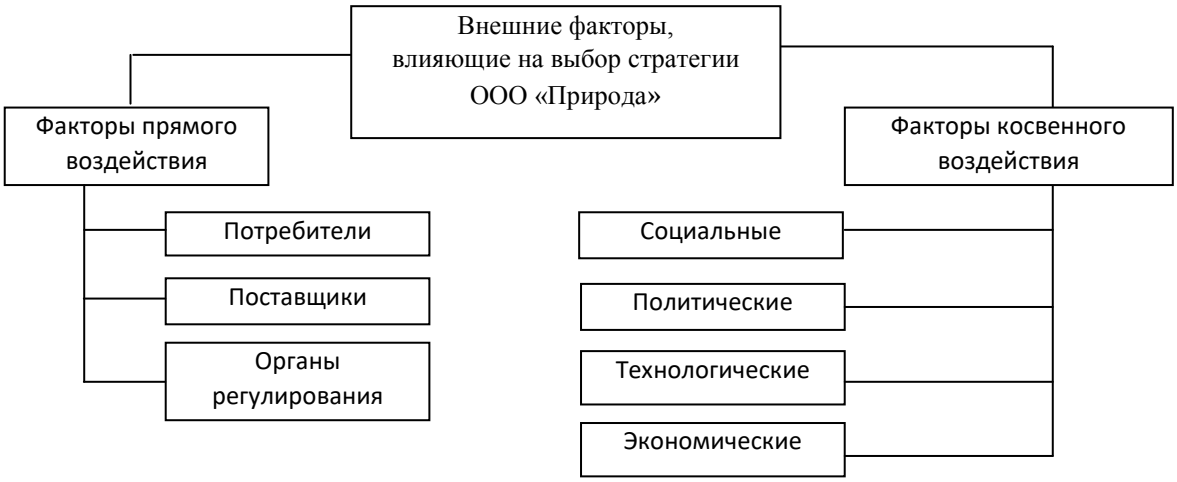


Рис. 1. Группы внешних факторов, влияющих на выбор стратегии развития

Проведенный анализ показал, что наиболее значимыми внутренними факторами, оказывающими влияние на выбор стратегии предприятия, являются производственные. Предприятие не производственное, однако, большое количество транспортных средств и необходимость их обслуживания приравнивает предприятие к какому-либо крупному производственному предприятию, поскольку также существуют целевые параметры выработки техники, которые выражаются в количестве обслуживаемых точек накопления ТКО и вывозимой за каждый рейс массы ТКО. Влияние финансовых факторов выражается в существования финансовых рисков из-за наращивания дебиторской задолженности и сложности ее истребования. [2] Кадровые факторы напрямую отражаются на эффективности деятельности каждого функционального подразделения компании, так как работа каждого сотрудника согласовывается с непосредственным руководителем и зависит от его общих компетенций.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

SWOT-анализ объединил в себе выявленные сильные и слабые стороны предприятия на фоне существующих возможностей и угроз окружающей предприятие среды для возможности получения наиболее объективной и полной оценки предприятия и выхода на стратегию развития. В его рамках оцениваются внешняя и внутренняя среда предприятия, определяются стратегические альтернативы, и на их основе последовательно формируются следующие стратегии для исследуемого предприятия:

- стратегия диверсификации;
- финансовая стратегия.

	ВОЗМОЖНОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ	УГРОЗЫ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ
SWOT-анализ ООО «Природа»	1 Новые поставщики на более выгодных условиях 2 Обновление основных производственных фондов 3 Усиление взаимодействия с ФНС, ГИС ЖКХ и т.д. 4 Повышение объема оказываемых услуг на 10% 5 Реализация инвестиционных проектов 6 Усиления взаимодействия с муниципальными органами власти 7 Повышение известности и репутации предприятия	1 Тарифное регулирование 2 Значительные изменения законодательства 3 Низкий уровень обслуживания основных средств 4 Повышение стоимости ремонтов автомобилей у дилеров 5 Низкий уровень реальных доходов населения 6 Миграция населения 7 Внедрение обязательного раздельного сбора ТКО

		8 Развитие взаимодействия с агентами по начислению 9 Пересмотр территориальной схемы обращения с ТКО	8 Рост стоимости материалов на ремонтно-эксплуатационные нужды 9 Рост стоимости оказываемых услуг для предприятия
СИЛЬНЫЕ И СТОРОНЫ П/П	1 Монополия в сфере ТКО 2 Большое количество ТС 3 Оптимальная организационная структура и штатное расписание 4 Высокая оплата труда 5 Наличие системы мотивации персонала 6 Возможность капитальных вложений 7 Наличие всех факторов для качественного исполнения обязательств 8 Непрерывность деятельности	Ориентиры стратегического развития Финансовая стратегия предприятия	Потенциальные стратегические преимущества Стратегия диверсификации
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ П/П	1 Большая доля затрат на ремонты через услуги сторонних организаций 2 Низкая отлаженность процесса проведения закупок 3 Высокий уровень дебиторской задолженности 4 Высокий показатель «время в ремонте» специализированной техники 5 Ускоренный физический износа основных средств 6 Повышение материальных затрат	Потенциал внутренних преобразований Стратегия диверсификации Финансовая стратегия	Ограничение стратегического развития Стратегия сокращения расходов

Рис. 2. Матрица SWOT-анализа внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на выбор стратегии развития предприятия

Таким образом, на основании проведенного анализа определены основные стратегии предприятия:

1) реализация сильных сторон предприятия с помощью возможностей внешней среды за счет совершенствования финансовой стратегии предприятия.

2) предупреждение угроз внешней среды за счет сильных сторон предприятия возможно на основании разработки стратегии диверсификации.

3) преобразование слабых сторон предприятия в сильные стороны с использованием возможностей внешней среды может осуществляться при реализации финансовой стратегии и стратегии диверсификации.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Разработаны мероприятия по внедрению стратегии диверсификации: разработка проекта по строительству и внедрению собственного ремонтного бокса, который позволит повысить эффективность ремонта и исключить лишние расходы.

Совершенствование финансовой стратегии обосновано мероприятиями внутренней и внешней направленности. Требуется создание отдельной комиссии по работе с дебиторской задолженностью, в задачи которой будут входить: постоянный мониторинг дебиторской задолженности, структурирование долга и выделение наиболее перспективных групп должников для истребования, досудебная работа по предупреждению должников и подача исковых заявлений в суд. Таким образом, проведено экономическое обоснование выбранных стратегий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Фролова В. В. Систематизация подходов к классификации стратегий развития предприятия // Вестник ВУиТ. 2019. № 4. С. 123–128.

2. Михайлова О. П., Рубцова Ю. А. Концепция управления финансовым потенциалом предприятия // Россия: Тенденции и перспективы развития: ежегодник. М.: Ин-т науч. информации по общественным наукам РАН, 2019. Т. 14, ч. 1. С. 315–316.

УДК 339.1

ПЕРСОНИФИКАЦИЯ БРЕНДА. ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОЛОГИИ ПСИХОМЕТРИИ НА БОЛЬШИХ ДАННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ, НА ПРИМЕРЕ B2C АКТИВНОСТИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

В. В. Сыропятов, В. С. Елисеева
Санкт-петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

V. V. Syropyatov, E. V. Sergeevna
St. Petersburg State University, Saint-Petersburg, Russia

Аннотация. **Целью данной работы стал поиск и детальное рассмотрение методологии по персонификации бренда, отвечающей современным технологическим стандартам. В рамках исследования авторы выполнили обзор рынка бизнес-решений в сфере цифровой психометрии, чтобы понять уровень конкурентности в сфере и провели интервью с организацией, использующей эту методологию, чтоб проверить эффективность её практического использования при b2c активности в банковской сфере. Результатами исследования стали обнаружение методологии цифровой психометрии как одного из наиболее перспективных инструментов по персонификации бренд, основанного на использовании больших данных генерируемых пользователями соц. сетей, был выполнен детальный разбор механики использования методологии, были проанализированы компании, активно пользующиеся данной методологией, а также был рассмотрена сфера b2c активности в банковской сфере как кейс успешного применения данной методологии.**

Ключевые слова: **Управление брендом, Персонификация бренда, Цифровая психометрия, Большие данные, Данные социальных сетей, Потребительское поведение, b2c, банковская сфера.**

I. ВВЕДЕНИЕ

В рамках данной статьи конечный покупатель воспринимается одним из основных создателей ценности бренда. С целью выявления ключевых особенностей и шаблонов поведения последнего, авторы предлагают использовать психометрию, как наиболее подходящую методологию.

Социальные сети дают возможность потребителю самовыражаться, а также оценить как сам бренд, так и его деятельность. Через эти оценки путем “сарафанного радио” бренд способен влиять на других покупателей. Закономерно возникает вопрос, как бренду воспользоваться этим каналом коммуникации? В рамках данной работы предлагается осуществлять эту коммуникацию через персонификацию бренда. То есть строить и развивать бренд в направлении, импонирующем целевой аудитории продукта.

Количество сервисов, которые используют психометрию для построения отношений с клиентом, на сегодня активно растет. Множество компаний уже принимают важные операционных решения основываясь на больших данных, однако лишь ограниченное количество из них использует методологию цифровой психометрии. В текущей работе авторы рассмотрели применение данной методологии на конкретном практическом кейсе – компании Datafuel в b2c секторе банковской индустрии.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Задачей данной статьи является путём критического анализа литературы и проведения глубокого интервью определить целесообразность использования методологии цифровой психометрии и особенностей ей использования на практике в маркетинге банковских организаций. Помимо этого, задачей статьи стал обзор рын-

ка решений этой сферы и проверка продуктивности её применения в реальных условиях в рамках b2c сектора банковской сферы Российской Федерации.

III. ТЕОРИЯ

1.1 Персонификация бренда

Системы ценностей компаний активно менялись в период с начала семидесятых годов двадцатого века по сегодняшний день. Смещение централизации системы с предприятия на клиента соответственно внесло изменения и в цель предприятия. Опыт клиента и ценность, которую воспринимает последний стали целью компаний [Peppers, 2016]. В Последнее время компании всё активнее переформировывают свои бизнес-модели, с целью максимизировать ценность для бренда, создаваемую потребителем, чтобы, другими словами, создавать продукт более подходящий потребителю [Shangrong, 2020]. Тем не менее в реальности мотивировать потребителей включаться в процесс совместного создания ценности является весьма непростой задачей и вопрос вовлечения в процесс совместного создания ценности остается открытым [Luo, 2019].

С недавних пор персонификация стала крайне полезным средством для маркетинга в бизнес среде. Популярным способом персонификации стало “очеловечивание бренда”, то есть интеграция, человеческого образа и эмоций в бренд [Hede, 2013]. Так персонификация стала одним из успешных маркетинговых инструментов, основывающихся на больших данных.

Тем не менее, насколько эффективно влияние персонификации бренда на потребителя, какое воздействие она имеет на процесс совместного создания ценности? В случае наличия этого воздействия, как именно устроен механизм его работы? Этим вопросам было уделено множество актуальных научных исследований [Black, 2017; Reavey, 2018; Braxton, 2020], что ещё раз указывает на релевантность данной тематики.

1.2 Большие данные в маркетинговой аналитике

Большие данные на сегодня занимают ключевую роль при принятии решений для крупных компаний в любых сферах человеческой деятельности. Во времена, когда рынок уже поделен между существующими игроками, расходы на привлечение новых клиентов интенсивно растут, в то время как удержание существующих клиентов всё усложняется [Gupta, 2006]. Компании активно внедряют современные технологии, что в существующих рыночных реалиях способно повысить эффективность рабочих процессов и как следствие улучшить взаимоотношения с клиентом [Moradlou, 2014]. Следуя этому научному тренду множество исследований было посвящено вопросу влияния больших данных на бизнес [Sheng, 2017; Jaiswal, 2018]. Влияние больших данных было отмечено на всех этапах операционного цикла бизнеса от операционных процессов до маркетинга [Amado, 2018].

Сейчас большие данные являются успешной практикой, которая предоставляет компаниям возможность получить конкурентное преимущество в активно развивающейся среде [Ajah, 2019]. Одним из основных ожиданий от больших данных является – создание полезных идей (инсайтов) по дальнейшему развитию компании или продукта, а также определению существующих проблем в компании и оптимальных способов их решений. На сегодня важность технологии больших данных признана, как бизнесом, так и наукой.

1.3 Социальные сети как генератор больших данных

Количество данных, создаваемых социальными сетями, экспоненциально растет. Социальные сети переросли из простого способа общения между людьми в крайне ценные ресурс для цифровых, релевантных, регулярно обновляемых данных. [Blazquez, 2018]. Создание всё более эффективных инструментов по аналитике данных дает возможность работать всё с большим количеством данных и выдавать более ценные и обоснованные бизнес решения.

Сам факт существования соц. сетей изменил весь процесс коммуникации между брендами и потребителями. Социальные медиа сервисы – не только генератор больших данных, но и удобный для клиентов способ взаимодействия [Carlson, 2019]. Таким образом можно заключить, что соц. сети это инструмент интересный как для компании, так и для потребителя. В частности, маркетологам соц. сети предоставляют возможность выбрать унифицированный рекламный контент, который будет полностью соответствовать конкретно нужному типу потребителя [Arrigo, 2021].

Одной из новых ветвей развития брендинга является персональный брендинг. Активное развитие и рост популярности социальных сетей, превратили эти сети в идеальную платформу для создания, развития и адаптации бренда, в который потребители могу вносить свою ценность, тем самым меняя его под свои предпочтения и создавая свой идеальный персональный бренд.

Платформы соц. сетей создали возможность потребителям рассказывать о своей оценке бренда через отношение к бренду [Ahadi, 2021]. А данные оценки оказывают, как прямое, так и косвенное влияние на других потребителей [Chahine, 2018]. Таким образом можно заключить, что умение мотивировать “правильное” поведение потребbтеля, имеет прямое практическое маркетинговое применение.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ

Авторы данной статьи провели интервью со специалистами платформы персонализации маркетинга Data Fuel, в ходе которого был разобран кейс использования технологии цифровой психометрии в сфере маркетинга банковской организации «Липецкомбанк». Задачей рассматриваемого кейса стало повышение знания предложений банковских продуктов среди целевой аудитории и обеспечение роста брендового трафика на интернет-ресурсы компании.

Для сокращения цены целевого обращения и роста брендового трафика на сайт была проведена имиджевая рекламная кампания с широким охватом. С помощью сервиса Data Fuel получены данные о присутствии каждого психотипа в социальных сетях. Рекламные сообщения и креативы были созданы под конкретные аудитории и содержали завуалированные обращения к потребителям. В зависимости от копирайта, были подобраны визуальные образы с животными с учетом основной креативной концепции банка. Площадкой для проведения онлайн-кампании стала социальная сеть «ВКонтакте», а ключевыми настройками таргетированной рекламы стали психотипы.

В результате проведения рекламной кампании получены результаты:

- снижение стоимости достижения цели по брендовому трафику на 45%
- рост спонтанного знания о бренде с 22,7% до 29,9%
- рост подсказанного знания с 86,6% до 93,8%.

V. ОБСУЖДЕНИЕ

Проблема построения прогностических моделей потенциального поведения пользователей на основе психометрических данных его персонального профиля в социальных сетях — это тренд, отражающий один из основных векторов развития маркетинга. [Prokopyev, 2021].

Цифровая психометрия — это способность на основе цифровых данных обозначать поведенческие характеристики людей, их психологию, интересы, типы личностей, возраст и убеждения. Цифровую психометрию отличает от классических инструментов аналитики то, что с ее помощью можно делать заключения о мотивах и причинах тех или иных поступков людей, анализировать его поведение в ответ на новые ситуации, условия и предложения. [Павлова, 2021]. Авторы данной статьи проанализировали существующие решения на рынке цифровой психометрии, а также разобрали методологию профилирования и персонализации на примере технологии российской компании DataFuel.

По результатам кейса компании DataFuel в продвижении бренда банковской организации технология цифровой психометрии продемонстрировала себя успешно и может быть экстраполирована на другие сегменты b2c сферы. Данная технология позволяет выдвигать и проверять различные гипотезы в маркетинге, делать взаимодействие с клиентом более персонализированным, исследовать аудиторию, не прибегая к маленьким опросам и исследованиям с высокими погрешностями.

VI. ВЫВОДЫ

Авторы данной статьи исследуют бренд с точки зрения выявления и измерения его ценности и важности. В данном исследовании рассматривается применимость методологии технологий психометрии для выявления ценностей целевой аудитории бренда и дальнейшей адаптации бренда под эти ценности. В результате исследовательской деятельности обнаружено, что многие научные работы преподносят капитал бренда с позиции конечного потребителя, так как покупатели — это одни из ключевых стейкхолдеров в каждой индустрии. Авторы данной работы выделяют особое внимание роли потребителя в создании собственного капитала бренда, и в данном исследовании предлагают использовать технологию психометрии как инструмент для определения паттернов поведения потенциального покупателя.

В текущей ситуации высокого уровня конкуренции цена за целевые обращения имеет тенденцию к постоянному росту. И к тому же, определение и управление путем клиента и его жизненным циклом стали гораздо сложнее, чем когда-либо прежде. Большие данные оказывают высокое влияние на бизнес, это подчеркивают в своих работах большинство исследователей.

Вопрос использования больших данных в моделировании прогнозах потенциального поведения целевой аудитории на базе психометрических данных личных аккаунтов в социальных сетях — это вектор, выявляющий направление движения маркетинга и персонификация бренда. В данной работе приведен реальный практический кейс использования технологии цифровой психометрии DataFuel в сфере маркетинга банковской организации подтверждающий важность персонификации бренда для бизнеса.

Основным продуктом исследования стало обнаружение методологии цифровой психометрии как перспективного инструмента персонификации бренда. В рамках данной работы произведен детальный разбор ме-

ханики методологии, а также была разобрана сфера b2c активности в банковской сфере как кейс успешного применения данной методологии. Потенциалом для дальнейшего исследования является рассмотрение возможности использования данной методологии в других экономических сферах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Карпыкбаева А. Б. Digital branding, или цифровизация брендмаркетинга // Общество: политика, экономика, право. 2019. № 11 (76). С. 89–95.

2. Кравченко В. В., Кочанова В. Д., Ростовцева И. Ф. Применение инструментов психографии для персонализации контент-маркетинга // Стратегия и тактика управления предприятием в переходной экономике: сб. материалов XIX ежегодного открытого конкурса науч.-исслед. работ студентов и молодых ученых в области экономики и управления с итоговым этапом в форме Всерос. конф. Волгоград, 2019. Т. 38. С. 104–106.

3. Кузьмина О. Г. Формирование имиджа бренда в интернет-пространстве: социолингвистические и социально-психологические технологии // Вопросы теории и практики журналистики. 2015. Т. 4, № 4. С. 431–440.

4. Молчанов Н. Н., Дудаков Г. С. Трансформация роли маркетинговых каналов в условиях цифровизации // Экономические науки. 2021. № 204. С. 79–84.

5. Павлова П. А., Максимов Д. М., Чегодаев Д. А., Киселев С. Ю. Психометрия в россии: современное состояние в контексте международного опыта // Научный форум: педагогика и психология: сб. ст. по материалам LV Междунар. науч.-практ. конф. М.: ООО «Междунар. центр науки и образования, 2021. С. 28–35.

6. Ahadi P., Saberian F. Comparative study of The effect of Content Marketing use on Social Networks and Traditional Marketing on Consumer Behavior (Study: Life Insurance) // Consumer Behavior Studies Journal. 2021. Vol. 8 (2). P. 200–215.

7. Ajah I. A., Nweke H. F. Big data and business analytics: Trends, platforms, success factors and applications // Big Data and Cognitive Computing. 2019. Vol. 3 (2). P. 32.

8. Amado A., Cortez P., Rita P., Moro S. Research trends on Big Data in Marketing: A text mining and topic modeling based literature analysis // European Research on Management and Business Economics. 2018. Vol. 24 (1). P. 1–7.

9. Black I., Veloutsou C. Working consumers: Co-creation of brand identity, consumer identity and brand community identity // Journal of business research. 2017. Vol. 70. P. 416–429.

10. Blazquez D., Domenech J. Big Data sources and methods for social and economic analyses // Technological Forecasting and Social Change. 2018. Vol. 130. P. 99–113.

11. Braxton D., Lau-Gesk L. The impact of collective brand personification on happiness and brand loyalty // European Journal of Marketing. 2020. Vol. 54 (10). P. 2365–2386.

12. Carlson J., Gudergan S. P. Gelhard C., Rahman M. M. Customer engagement with brands in social media platforms: Configurations, equifinality and sharing // European Journal of Marketing. 2019. Vol. 53. P. 1733–1758.

13. Chahine S., Malhotra N. K. Impact of social media strategies on stock price: the case of Twitter // European Journal of Marketing. 2018. Vol. 52. P.1526–1549.

14. Gupta S., Hanssens D., Hardie B. [et al.]. Modeling customer lifetime value // Journal of service research. 2006. Vol. 9 (2). P. 139–155.

15. Hede A. M., Watne T. Leveraging the human side of the brand using a sense of place: Case studies of craft breweries // Journal of Marketing Management. 2013. Vol. 29 (1-2). P. 207–224.

16. Jaiswal M. Big Data concept and imposts in business // International Journal of Advanced and Innovative Research (IJAIR). 2018. Vol. 7 (4). P. 2278–7844.

17. Luo J. G., Wong I. A., King B., Liu M. T., Huang G. Co-creation and co-destruction of service quality through customer-to-customer interactions: Why prior experience matters // International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2019. Vol. 31. P. 1309–1329.

18. Ma L., Zhang Y. Using Word2Vec to process big text data // International Conference on Big Data (Big Data). IEEE, 2015. С. 2895–2897.

19. Moradlou H., Backhouse C. Re-shoring UK manufacturing activities, supply chain management & postponement issues // 18th Annual Cambridge International Manufacturing Symposium. 2014. P. 344–354.

20. Peppers D., Rogers M., Kotler P. Managing customer experience and relationships: A strategic framework. John Wiley & Sons, 2016. 624 p.

21. Prokopyev N., Mamadjanova S., Ustin P. Application of social media text content analysis for personal professional success prediction // EDULEARN 21: Proceedings. IATED, 2021. P. 5213–5222.

22. Rafaeli A., Ashtar S., Altman D. Digital traces: New data, resources, and tools for psychological-science research // Current directions in psychological science. 2019. Vol. 28, no. 6. P. 560–566.

23. Reavey B., Puzakova M., Larsen Andras T., Kwak H. The multidimensionality of anthropomorphism in advertising: The moderating roles of cognitive busyness and assertive language // International Journal of Advertising. 2018. Vol. 37 (3). P. 440–462.

24. Shangrong J., Han Q., Si Z. [et al.]. The Frontiers of Value Co-creation Research: Ecosystem and Business Model Innovation // Management review. 2020. Vol. 32 (2). P. 3–17.

25. Sheng J., Amankwah-Amoah J., Wang X. A multidisciplinary perspective of big data in management research // International Journal of Production Economics. 2017. Vol. 191. P. 97–112.

УДК 338.001.36

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ РЕЙТИНГОВОЙ ОЦЕНКИ ПРЕДПРИЯТИЙ УЗБЕКИСТАНА

М. Б. Хамидулин

Ташкентский филиал «Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова», Академия государственного управления при Президенте Республики Узбекистан, Ташкент, Узбекистан

M. B. Khamidulin

Tashkent branch of the Russian Economic University named after G. V. Plekhanov", Academy of Public Administration under the President of the Republic of Uzbekistan, Tashkent, Uzbekistan

Аннотация. **В статье рассмотрены проблемы формирования рейтинговой оценки предприятий в контексте приватизационных процессов и уточнения стоимости бизнеса. В статье обоснована научная гипотеза исследования, доказывающая необходимость расширения практики присвоения кредитных рейтингов приватизируемых предприятий, как необходимого условия привлечения прямых инвестиций, результаты которых во многом зависят от эффективности применяемой системы корпоративного управления.**

Ключевые слова: **кредитный рейтинг, корпоративное управление, инвестиции, разгосударствление и приватизация, мировой рынок капитала, первичное и вторичное публичные предложения акций (IPO, SPO).**

I. ВВЕДЕНИЕ

С первых дней обретения независимости в Узбекистане важным приоритетом проведения рыночных реформ стала реализация целевой и масштабной инвестиционной деятельности, в которой главную и определяющую роль играло государство. Активная государственная политика была направлена на оживление инвестиционных механизмов деятельности предприятий, поддержку конкурентоспособных отечественных производств. Процесс формирования многоукладной экономики запущенный принятым законом «О разгосударствлении и приватизации» в 1991 году (в настоящее время в Законодательной палате Олий Мажлиса республики проходит обсуждение новая редакция закона) создал предпосылки для расширения источников и механизмов привлечения прямых инвестиций в объекты приватизации.

На первом этапе (1992-1996гг.) в стране была успешна проведена так называемая малая приватизация, в ходе которой в частную собственность перешли объекты бытового обслуживания, общественного питания, торговли и малые предприятия местной промышленности. С принятием в 1996 году законов Республики Узбекистан «О механизме функционирования рынка ценных бумаг» и «Об акционерных обществах и защите прав акционеров» (в 2015 году был принят закон «О рынке ценных бумаг» и новая редакция закона «Об акционерных обществах и защите прав акционеров») начался этап акционирования крупных предприятий базовых отраслей промышленности, с преимущественным правом реализации акций иностранным инвесторам.

В процессе трансформации собственности, укрупнения и присоединения предприятий на начало 2022 года в республике функционирует 602 коммерческие организации в форме акционерных обществ, в том числе 27 коммерческих банков, 9 страховых компаний, 9 инвестиционных фондов, 7 лизинговых компаний, а также 4 биржи (Республиканская фондовая биржа, Узбекская товарно-сырьевая биржа, Узбекская валютная биржа и Агропромбиржа), общий объем выпуска акций которых по номинальной стоимости превысил 150 трлн. сум.

В результате предпринятых мер Узбекистану удалось выйти на траекторию устойчивого роста национальной экономики. Наличие существенных подвижек в макроэкономической стабилизации способствовало получению «стабильного» суверенного рейтинга от ведущих мировых рейтинговых агентств и успешно разместить в начале 2019 года облигации на Лондонской фондовой бирже (евробонды) на сумму в 1 млрд. долл. США, что стало своеобразным бенчмаркингом для хозяйствующих субъектов страны. В последующем аналогичные заимствования провели Акционерно-коммерческие «Национальный банк Внешнеэкономической деятельности Республики Узбекистан» и «Промстройбанк», а также АО «Узавтосаноат».

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Не смотря на проводимые в Республике Узбекистан системные реформы по созданию благоприятного инвестиционного климата, защите прав и законных интересов владельцев частной собственности отмечено запаздывание перехода на рыночные механизмы некоторых отраслей и крупных предприятий, в которых сохраняется доля государства, препятствующая налаживанию производства новых видов конкурентоспособной продукции, внедрению передовых технологий, повышению производительности труда, созданию новых рабочих мест с активным привлечением частного капитала. Сохраняющаяся высокая доля государственной собственности в активах крупных предприятий базовых отраслей промышленности приводит к тому, что основным источником финансирования процессов модернизации и инновационного обновления продолжают оставаться централизованные источники инвестиций.

С достижением макроэкономической стабильности в Узбекистане и последующем устойчивом экономическом росте наряду с реализацией инфраструктурных и социальных проектов за счет централизованных инвестиций приоритетами экономики Нового Узбекистана продолжают оставаться поиск новых источников, условия, формы и виды инвестиций в инновационное обновление производственной сфере, основанной на цифровизации и формировании «зеленых» технологических платформ. Вместе с тем, привлечение прямых иностранных инвестиций путем реализации акций приватизируемых предприятий на мировых рынках капитала требует наличия у эмитента высоких кредитных рейтингов большое влияние на которые оказывает применяемая система корпоративного управления [1].

Мировые рейтинговые агентства давно и успешно используют рейтинги корпоративного управления в качестве инвестиционного ориентира. В частности, известное рейтинговое агентство Standard and Poor’s (S&P) предлагает сегодня рейтинг корпоративного управления «S&P Corporate Governance Scoring Service», который по своей сути похож на кредитный рейтинг S&P, но основан более на стандартах корпоративного управления. Основные принципы рейтинга корпоративного управления S&P базируются на обобщении принципов корпоративного управления OECD и включают следующие: прозрачность, справедливость, ответственность и подотчётность.

III. ТЕОРИЯ

По утверждению Всемирного Банка, корпоративное управление способствует повышению инвестиционной привлекательности корпораций, увеличивая их рыночную стоимость, находящую своё отражение в премии, которую инвесторы готовы платить [2]. Несомненно, финансовые и производственные показатели оказывают сильное воздействие на рыночные котировки корпораций, поэтому в рамках одной отрасли корпорации торгуются с премией (или дисконтом) друг друга. Однако для формирования стоимости публичных корпораций так же особенно важно отношение менеджеров компании к её акционерам.

За акции компании, корпоративное управление которых основано на чётких и приемлемых принципах, инвесторы готовы платить больше. Исследование, проведённое профессорами Полом Гомперсом, Джоем Ишии и Эндрью Мэтриком под названием «Корпоративное Управление и Долевые Цены» [3] показало, что «фирмы с более обширными правами акционеров стоят больше, приносят более высокую прибыль, демонстрируют более высокие темпы роста продаж, имеют меньшие капитальные затраты, и меньше подвержены корпоративным поглощениям».

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Для ускоренного внедрения на предприятиях с участием государства современных методов управления, ориентированных на потребителя, открытых, прозрачных и рыночных принципов, увеличения дохода за счет уменьшения себестоимости, создания более широких возможностей для участия в процессе реформ частного капитала, сокращения участия государства в экономике и дальнейшего улучшения конкурентной среды 27 октября 2020 г. был принят Указ Президента Республики Узбекистан № УП-6096 «О мерах по ускоренному реформированию предприятий с участием государства и приватизации государственных активов». Указом преду-

смотрено трансформировать свыше 620 государственных активов, часть из которых будет выставлена на публичные торги для реализации в частную собственность.

При этом акции ряда предприятий базовых отраслей промышленности предусмотрено вывести на торги ведущих мировых бирж (в первую очередь на Лондонскую фондовую биржу) в виде первичного публичного предложения IPO либо продажи акций, находящихся в собственности государства (SPO). В числе таких предприятий ведущие мировые производители золота (Навоийский горно-металлургический комбинат), меди и редкоземельных металлов (Алмалыкский горно-металлургический комбинат), акционерные общества нефтегазовой отрасли и некоторые акционерно-коммерческие банки. В этих целях государство инициировало процесс получения акционерными обществами Узбекистана высоких кредитных рейтингов, возложив координацию работ на специально созданный департамент в составе министерства финансов.

В числе достигнутых результатов на пути получения кредитных рейтингов необходимо отметить законодательный переход всех предприятий с государственной долей на Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО), признание приоритета международных принципов корпоративного управления, разработанных Организацией экономического сотрудничества и развития, выразившееся в принятии всеми акционерными обществами республики Кодексов корпоративного управления и наличии независимых членов в составе наблюдательных советов.

Однако можно разглядеть существенный разрыв между уровнем корпоративного управления в отечественных компаниях и мировых и это является одной из причин низкой оценки некоторых секторов отечественной экономики инвесторами. Для узбекских компаний до сих пор актуальна проблема, связанная с непрозрачностью структуры собственности, что ведет к негативному восприятию компании инвесторами, поскольку существуют риски, связанные с недобросовестным или диктаторским поведением крупных акционеров.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Рейтинговый рынок в Узбекистане в настоящее время развит довольно слабо. И как это часто бывает, широко распространено мнение, что на нем смогут работать только крупные глобальные агентства (S&P, Moody's, Fitch). Это утверждение, мягко говоря, спорно. Так называемые "международные" рейтинговые агентства, по сути, представляют взгляд на заёмщиков и эмитентов в основном со стороны североамериканских институциональных инвесторов. Они недостаточно учитывают национальную специфику в развивающихся странах. В этом отношении мировой финансовый кризис 2008 года стал важнейшим уроком для мировой рейтинговой практики, поскольку он продемонстрировал, что крупнейшие рейтинговые агентства, история которых насчитывает почти по сто лет, оказались реально не готовы к рейтинговой деятельности на развивающихся рынках. К тому же рейтинги глобальных агентств стали приобретать все более яркую политическую окраску. Они представляют собой мощный инструмент влияния на финансовую систему.

Разумеется, ни одно узбекское рейтинговое агентство не может похвастаться столь долгой историей работы как, скажем, S&P или Moody's, но для работы с партнёрами на внутреннем рынке рейтинги национальных рейтинговых агентств представляются более адекватными и удобными. Пользователи рейтингов национальных агентств, на сегодняшний день - это, прежде всего, отечественные инвесторы, для которых необходим учёт национальной практики делового оборота, в то время как пользователи рейтингов западных агентств - американские инвесторы, более привыкшие оценивать предприятия во всем мире по собственным стандартам.

Национальные рейтинговые агентства уделяют особое внимание сопровождению рейтинга после присвоения, что менее распространено в практике глобальных агентств. Национальные агентства помимо рейтингов предлагают широкий спектр информационно-аналитических услуг, то есть следуют цели создания эффективной инфраструктуры тех финансовых рынков, на которых они работают, а не цели продажи отдельного продукта; глобальные агентства не могут позволить себе этого в такой степени, уделяя больше внимания международным рынкам. Национальные агентства глубже понимают специфику конкретных рынков, что обуславливает большую эффективность их оценок на этих рынках. Но ещё более важно то, что национальные агентства принципиально заинтересованы в развитии национального рынка долговых обязательств для расширения собственного бизнеса, и это является значительной гарантией качества и объективности их оценок.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При использовании рейтингов в целях регулирования в Узбекистане необходимо решить две первоочередные задачи: увеличение количества присвоенных рейтингов (на каждом рынке компании, имеющие рейтинги должны доминировать) и отбор эффективных и добросовестных агентств. Здесь мы, наконец, приблизились к вопросу о том, какие узбекские рейтинговые агентства будут признаны надёжными. По всей видимости, необходимо провести аккредитацию агентств после жесткого отбора. Главный принцип такого отбора должен

состоять в оценке достаточности ресурсов для проведения агентством полноценного рейтингового анализа, независимость и репутация в профессиональном сообществе. Необходимо разработать правила и нормы рейтинговой деятельности.

Еще одним из фундаментальных препятствий для разработки организационных принципов национальной системы рейтинговой оценки предприятий является неспособность рейтинговых агентств получить доступ к непрерывному потоку достоверной информации о клиенте. Некоторые подвергают сомнению уровень общественного раскрытия информации своих клиентов. Необходимо предпринять шаги, чтобы улучшить степень и качество информации, предоставляемой клиентами рейтинговых агентств с целью доказательства того, что рынок обладает достаточным количеством информации для полной оценки рисков. Также необходимо оградить аналитиков рейтинговых агентств от внешних воздействий лиц, заинтересованных в высоких рейтингах компании (руководство компании, заинтересованные чиновники).

Кроме того, для развития национальной системы рейтинговой оценки необходимо найти ответы на несколько ключевых вопросов о роли рейтинговых агентств на национальном рынке. В частности, техническое направление анализа должно выявить:

- в состоянии ли рейтинговое агентство предоставить полную информацию об оцениваемой компании; насколько раскрытая информация полна и качественна, и достаточно ли предоставленной информации для принятия инвестиционных решений;

- как, кому и когда рейтинговое агентство распространяет свои решения по рейтингу, и как рейтинговое агентство защищает от злоупотреблений и несанкционированного разглашения служебной информации;

- возможные конфликты интересов различных рейтинговых агентств и пути их предотвращения или управления;

- имеются ли барьеры в нормативно-правовой базе для входа новых рейтинговых агентств в национальную систему рейтинговой оценки предприятий; могут ли существующие барьеры влиять на качество работы рейтингового агентства и могут ли барьеры быть уменьшены.

Вот почему крайне важно иметь Национальный Рейтинг Корпоративного Управления (НРКУ). Базовый рейтинг НРКУ основан на информации, предоставленной самими компаниями (например, информация, взятая с официальной веб-страницы компании), информации из нормативных источников, а также на информации, собранной самим НРКУ агентством. Комплексный рейтинг НРУ включает в себя более подробную информацию и основан на анализе практики корпоративного управления той или иной компании. Этот вид рейтинга основан на информации, недоступной для общественности и включает в себя результаты интервью/опроса членов высшего руководства. Комплексная оценка является средством обеспечения прозрачности деятельности компании. Подобный рейтинг НРКУ включает всеобъемлющий обзор следующих пунктов: раскрытие финансовой информации и внутренний контроль; права акционеров; подотчётность совета директоров; корпоративное поведение и социальная ответственность.

Комплексная оценка является средством обеспечения прозрачности деятельности компании. Подобный НРКУ включает всеобъемлющий обзор следующих пунктов:

- раскрытие финансовой информации и внутренний контроль;
- права акционеров;
- подотчётность совета директоров;
- корпоративное поведение и социальная ответственность.

В некоторой степени рейтинги являются относительными и становятся менее важными в долгосрочной перспективе. Многие крупные институциональные инвесторы имеют свои собственные программы для оценки качества управления компанией и не полагаются на рейтинговые агентства. Другие инвесторы просто не считают, что подобные рейтинги имеют какое-либо отношение к качеству управления компанией. Тем не менее, как инвесторам, так и эмитентам становится всё труднее избегать влияние рейтингов на принятие инвестиционных бизнес-решений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Хамидулин М. Б., Турсунов И. Б. Фондовый рынок или корпоративное управление: с чего начать приватизацию государственной собственности // Корпоративное управление и новые бизнес-модели: поиск механизмов согласованного развития: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург: Изд-во Уральский гос. экономич. ун-т, 2020. С. 118–133.

2. Nadereh Chamlou, Malcolm Rawat, Uzma Ahmad, Selin Hu Z. Corporate Governance: A Framework for Implementation: World Bank Report. 2004.

3. Гомперс П., Ишия Дж., Мэтрик Э. Корпоративное Управление и Долевые Цены. URL: www.ecgi.org.

УДК 656.01

УПРАВЛЕНИЕ ГРУЗОПЕРЕВОЗКАМИ И ТОВАРНЫМИ ПОТОКАМИ ОАО «РЖД»

А. А. Хишова
Самарский государственный университет путей сообщения, Самара, Россия

A. A. Khishova
Samara State University of Railway Transport, Samara, Russia

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы управления грузоперевозками и товарными потоками в системе железнодорожного транспорта. Показана специфика транспорта как отрасли материального производства, состоящая в том, что, с одной стороны, транспорт имеет свой производственный процесс, с другой, транспорт не перерабатывает сырья и не создает продуктов. При этом установлено, что на транспорте производственный процесс и продукция этого процесса совпадают во времени и пространстве. Поэтому перемещение грузов является одновременно и производственным процессом и продукцией транспорта. Сделан вывод о форме результата конечного продукта как итога определённого производственного цикла, то есть совокупности последовательных процессов и операций.

Ключевые слова: транспорт, материальное производство, перемещение грузов, производственный цикл.

Введение. Сегодня транспорт позволяет решать большую часть операций по транспортировке груза. Правильный подбор маршрута — это основа деятельности, позволяющая уменьшить затраты времени и финансов.

Это сфера, которая отвечает за организацию перевозки заказанных товаров в определенное место за время, согласованное с заказчиком, и по наиболее оптимальному пути, разработанному так, чтобы снизить финансовые издержки. Сюда входит три основных момента:

- доставка с небольшими затратами;
- применение современных устройств связи и оборудования для контролирования процесса на всех его этапах;
- передача информации о грузе его заказчику.

Ключевой элемент транспортировки — средство передвижения. На применение и обслуживание выделяется приблизительно половина от всех расходов на процесс.

Главные задачи направления: поиск наиболее подходящего вида транспорта, следование рабочим схемам и прокладывание выгодных маршрутов. Это входит в транспортно-логистическую деятельность, организацией которой занимаются транспортные компании.

Реализация крупных инициатив требует решения сложных научных проблем в логистике транспортного процесса.

Постановка задачи. Необходимо сбалансировать обязательства грузоотправителей и владельца инфраструктуры по приему транспортируемых товаров в соответствии с ограничениями пропускной способности. Также важно формулировать и применять долгосрочные контракты между грузоотправителями и перевозчиком с обеспечением гарантированных объемов перевозки и взаимных обязательств сторон.

Теория. В последние годы ОАО «РЖД» завершило основные этапы работы по всем аспектам внедрения процессного управления транспортно-логистической деятельностью. Задача формирования единого подхода к построению моделей основных процессов системы транспортного обслуживания была успешно решена.

Была осуществлена декомпозиция процессов сквозного процесса «Транспортно-логистическая деятельность» на подпроцессы [1].

Решаемая цель данного процесса - построение оптимальных и прозрачных процессов, максимально исключающих человеческий фактор за счет внедрения новых технологических подходов и автоматизации. Обеспечение научной поддержки этих задач должно быть приоритетом для ученых.

Основная задача заключается в создании сквозного процесса транспортного обслуживания для удовлетворения потребностей грузоотправителей и эффективного использования транспортных и инфраструктурных ресурсов.

Наряду с переходом на проектный принцип работы необходимо разработать принципиально новые подходы, основанные на построении процесса транспортировки.

Разработка таких подходов по всей цепочке транспортного процесса от получения заявки на перевозку до взаиморасчетов и доставки товара получателю требует серьезной научно-методической проработки с последующим внедрением в существующие автоматизированные системы. По нашему мнению, принимая во внимание развитие цифровых технологий, новые задачи могут быть реализованы в ближайшем будущем.

В то же время цифровая трансформация коренным образом меняет понимание преобладающих принципов эксплуатации железных дорог как основы транспортной науки.

Региональные подразделения Российских железных дорог не обладают прямыми компетенциями в области интегрированной логистики. Часто процессы продаж на региональном уровне осуществляются через дочернюю компанию - ОАО «РЖД Логистика». В связи с этим возникает необходимость изучения функционала подразделений самой РЖД и ее дочерних компаний, чтобы предотвратить дублирование операций. Этот вопрос требует глубокого изучения.

Оптимизация процессов позволит увеличить доходы от предоставления интегрированных транспортных услуг. Ориентировочная оценка, проведенная специалистами РЖД, указывает на возможность притока дополнительного дохода на этой основе в размере до 1,3 млрд рублей в течение года.

Также необходимо решить проблему оптимального использования ресурсов инфраструктуры. Исследователи предлагают использовать резервы совершенствования подпроцессов взаимодействия с грузоотправителями при планировании перевозок на этапах разработки годовых и месячных планов погрузки [2].

Исследователи по логистике также предлагают использовать динамическую модель загрузки инфраструктуры российских железных дорог при оценке перспектив развития транспортного рынка. Это позволит учесть результаты процесса утверждения заявок на перевозку грузов [1].

В результате можно будет по-другому подойти к распределению средств при обновлении проектов развития станций и участков. Тем не менее, актуальной научной задачей в оперативном процессе планирования и управления перевозками является задача повышения уровня достоверности информации. Вовлечение клиента в этот процесс с получением достоверной информации о конкретном объеме предъявления груза позволяет ему организовать, исходя из времени и срочности, отправку товара.

Российские железные дороги уже сделали первый шаг в этом направлении, введя ежедневный план погрузки клиентов. Это позволяет получить информацию о необходимости перевозки товара непосредственно от грузоотправителя.

Отметим, что основные нарушения происходят на железнодорожных путях полигона восточной железной дороги. Это связано с существующими ограничениями пропускной способности инфраструктуры.

Решение этой проблемы видится в построении сквозной системы для развития пропускной способности инфраструктуры на лимитирующих участках сети с изменением принципов разработки и формирования расписания движения поездов.

Российские железные дороги нецелесообразно объявляют расписание поездов, а также тарифы на перевозку поездов различных категорий. Следовательно, нормативное расписание движения поездов должно рассматриваться как основа контракта между заказчиком и подрядчиком. В результате расписание приобретает статус на рынке, и его производительность фактически становится исполнением контракта.

Следующим шагом является разработка динамической модели для управления потоком грузов пропускной способностью участков железнодорожной сети нашей страны на основе внедренной динамической модели загрузки инфраструктуры.

Результаты экспериментов. Успешная реализация предложенных моделей позволит российским железнодорожным путям повысить эффективность транспортной работы.

Обсуждение результатов. Результатом станет высвобождение дополнительных транспортных мощностей и создание условий как для снижения издержек грузоотправителей, так и для повышения качества транспортной работы.

Заключение. Решение этих проблем позволит ОАО «РЖД», единственному общесетевому перевозчику, получить полный контроль над процессами перемещения грузов по железнодорожной сети. При этом контроль достигается не за счет возврата к авторитарному управлению процессами железнодорожных перевозок, а за счет внедрения нового научного подхода, учитывающего специфику текущей ситуации на железнодорожном транспорте.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Красковский А. Е. Основы научной организации управления на железнодорожном транспорте. М., 2021.

2. Лапидус В. А., Титов Р. А. Вам действительно необходимы морковка и кнут. Нижний Новгород: Приоритет, 2006. 256 с.

УДК 658

СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИМИ СУБЪЕКТАМИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

И. И. Цветкова, Л. С. Джелядинова
ФГАОУ ВО «Крымский Федеральный университет им. В. И. Вернадского»,
Институт экономики и управления,
г. Симферополь, Республика Крым, Россия

I. I. Tsvetkova, L. S. Dzhelyadinova
Ph.D in Economics, Associate Professor of the Department of Management V. I. Vernadsky
Crimean Federal University, Institute of Economics and Management,
Simferopol, Republic of Crimea, Russia

Аннотация: **Актуальность темы заключается в изучении усиливающихся санкций со стороны стран Запада, а также импортозамещении и налаживании логистики с другими государствами. Целью научной статьи является исследование системы организации и управления хозяйствующими субъектами в условиях санкций и эпидемиологической обстановке в стране. При написании научного исследования применялись общеизвестные методы анализа и синтеза информации, методы сравнения, сводки и группировки данных, логические методы и абстрактные суждения. В работе проанализированы проблемы управления хозяйствующими субъектами в условиях санкций и эпидемиологической обстановки. Показана необходимость государственной поддержки предприятий.**

Ключевые слова: **хозяйствующие субъекты, санкции, логистика, инфраструктура.**

I. ВВЕДЕНИЕ

Работа предприятий различного типа подвергается влиянию различного рода факторов, включая вид деятельности: производственный, консультационный, финансовый либо коммерческий; сферу и отрасль работы хозяйствующих субъектов; размеры; вид собственности; специализацию; и массу иных особенностей классификации субъектов. Кроме того, результативность работы хозяйствующих субъектов тесно переплетена с внешними и внутренними факторами процветания предприятия. Санкции в отношении России еще с начала 2014 г. на данном этапе значительно усилили ограничения. Возникшие за последние несколько лет обстоятельства, ситуация с COVID-19 г. и до сегодняшнего времени, а также эмбарго в экономике, торговле и финансах по отношению к Российской Федерации, возросшее после объявления 24 февраля 2022 г. о специальной операции России, подчеркнуло проблемы интеграционного взаимодействия «недружественных стран» и России. Экономика характеризуется как вторичная и производная от обстоятельств, связанных с политикой Западных государств в отношении не только к России, как государства, но и российской коммерции и социума. Так, результатом данных событий становится то, что государственные активы Российской Федерации, долларовый эквивалент которых насчитывает более 300 млрд, приостанавливают свое действие, зарубежные организации оставляют российский рынок, прекращается импорт продукции, экспортируемую продукцию ограничивают, воздушные, морские и сухопутные направления для России закрыты странами Запада. Помимо этого, Россия ввела запреты на использование воздушного пространства государства. По этим причинам происходят перемены в процессах снабжения, изготовления и сбыта продукции, а также в логистических цепочках и связи, что напрямую взаимосвязано со структурой и уровнем организации хозяйствующих субъектов.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Необходимо проанализировать специфические особенности управления хозяйствующими субъектами в результате возникших за последние несколько лет неблагоприятных условий, вызванных в большей степени установлением санкций в экономической сфере.

III. ТЕОРИЯ

Дополнительное субсидирование со стороны государства и разработка организационной документации поможет поддержать хозяйствующие субъекты в условиях санкций.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Деятельность хозяйствующих субъектов рассматривается в качестве процесса и явления; форма управления – управленческая структура, взаимоотношения в функциональном и организационном плане; специфика работы предприятия; цели и задачи компании; коммуникационная система и руководство в хозяйствующем субъекте и пр. Результативность работы хозяйствующих субъектов основывается на удовлетворении пожеланий потребителей в длительном периоде, получая таким образом экономический, социальный, духовный, культурный эффекты. Все вышеперечисленное составляет принципы успешной работы предприятия, его организационную и управленческий процесс.

Этап оснащения подразумевает покупку у производителей необходимого материала, его размещение и/или транспортировку до производственного цеха, завода. Непроизводственная отрасль характеризуется разработкой нужной продукции, необходимой при спектре услуг, выполнении задач, с использованием транспортировки, сбережении и организации к непроизводственной деятельности. В дальнейшем производится материальная продукция и непроизводственные услуги. Этот и последующий этапы взаимодействуют с их инфраструктурным компонентом, раскрывающимся в результате благосостояния производственной, социальной и рыночной инфраструктуры работы хозяйствующего субъекта. Завершение стадии изготовления предполагает распределение созданной продукции либо оказываемых услуг. Здесь так же, как и на первом этапе, наблюдаем институциональную и инфраструктурную составляющую, однако функции гораздо уже, внедряется следующий ряд инфраструктур: официальная, логистическая, финансовая и кредитная и т.д. В обмене принимают участие такие платформы: промежуточная коммерческая, финансово-кредитная, производственно-заготовительная, а также логистическая. Этап потребления предполагает платформу общественного питания, производственно-трудовую, непроизводственную платформу, а также непосредственно потребительский процесс. При этом важно подчеркнуть, что использованное оборудование и технология для последующего изготовления выступает в качестве производственного потребления, а применение людьми воспринимается как личное потребление. Этап сбыта продукции характеризуется ее переработкой для создания другого вида товара либо захоронением.

Такую работу могут проделывать непосредственно подразделения хозяйствующего субъекта, у которых есть специально оборудованный транспорт. Таким образом, логистика выступает как инфраструктурный компонент и на данной стадии [1, с. 49-50].

Указанный порядок содержит такие главные аспекты процесса управления хозяйствующим субъектом: планирование, организация, мотивация, контроль и координация. Такие главные функции организационного и управленческого процессов наблюдаются в различного рода деятельности хозяйствующих субъектов, модифицируются только задачи касаемо всех функций.

Интегрирование хозяйствующих субъектов в экономике имеет некоторые преимущества и риски, включая не только компании, но и государственные и экономические субъекты. Ситуация в мире с эпидемией COVID-19 обусловила закрытие в 2020-2021 гг. внутренних границ в Российскую Федерацию и границ иных стран. Однако, внешнеторговый оборот России в 2019-2021 гг. возрос на 301543 млн долл. (162,3722 %). Невзирая на введенные запреты западных государств и мировую эпидемию внешнеторговый оборот продолжает увеличиваться растет [2].

Главными проблемами предпринимательской структуры в результате санкций и запретов являются то, что физическая и моральная выработка сельскохозяйственной техники у российских производителей более интенсивна, по сравнению с подключением нового оборудования в агропромышленный комплекс. Взаимодействия с ограничениями на комплектующие к сельхоз оборудованию отражаются на агропромышленном комплексе России. Проблемы с техникой наблюдаются в нефтегазовой промышленности, авиастроении, автомобилестроении и иных отраслях производственной деятельности. Замена запчастей и комплектующих на российском рынке приводит к отмену заводской гарантии, при этом существует вероятность судебного разбирательства. Данное обстоятельство требует от производителя переложения риск-факторов на потребителя продукции в частности и производителей в целом.

Следующей серьезной проблемой в данной области является существенное увеличение стоимости металлопродукции, начиная с IV квартала 2020 года. На данном этапе Федеральная антимонопольная служба России детально изучает металлопродукцию на рынке, анализирует данные, как производителей, так и металлотрейдеров [4].

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Производственная отрасль имеет проблемы с комплектующими и техническим оснащением в различных отраслях деятельности, что негативно сказывается на всем российском рынке (финансовом, нефтегазовом и энергетическом; автомобиле- и авиостроении; здравоохранении и образовании, логистической платформе и пр.). Так, многие лекарственные препараты с Запада оказались под запретом продажи в Россию, многие пози-

ции имеют аналог отечественных лекарств, некоторые требуют времени импортозамещения и налаживание логистики из других стран. Проблемы в микроэлектронике в виде санкций главных импортеров Финляндии, Японии, Тайваня поставки литографов наблюдаются почти во всей технике и оборудовании. К концу 2021 г. в России началось производство собственных литографов, о чем свидетельствуют конкурсы Министерства промышленности и торговли, на которые государство выделило более 5,65 млрд долларов [3].

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При санкционном режиме поддержкой для бизнеса со стороны государства будет внедрение особого налогового режима, дополнительного субсидирования и других видов поддержки. Помимо этого хозяйствующим субъектам следует разрабатывать организационные документы, подстраивая условия производства под возникшие обстоятельства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Буш В. Г. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие. Краснодар: Новация, 2021. 443 с.

2. О внешней торговле в 2021 году. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/26_23-02-2022.html (дата обращения: 25.10.2022).

3. В России за 5,7 миллиарда создадут оборудование для печати процессоров по технологии 17-летней давности // CNew: офиц. сайт. URL: https://www.cnews.ru/news/top/2021-11-22_v_rossii_za _57_milliarda_rublej (дата обращения: 25.10.2022).

4. ФАС России сообщает о первых результатах расследования на рынке металлопродукции // Федеральная антимонопольная служба: офиц. сайт. URL: https://fas.gov.ru/news/31117 (дата обращения: 25.10.2022).

УДК 338.24

ОБЗОР МЕТОДОВ И ТЕХНОЛОГИЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ РИСКОВ

В. П. Чижик

Омский государственный технический университет

V. P. Chizhik

Omsk State Technical University

Аннотация. Риск представляет собой явление, которое сложно выявить, практически невозможно оценить, но при этом никак нельзя игнорировать. Поэтому вопрос идентификации рисков – одна из наиболее острых и актуальных проблем, волнующих как теоретиков, так и практиков менеджмента. Целью данной работы является обзор существующих методов идентификации рисков. В данной работе на основе анализа теории и практики риск-менеджмента представлены основные методы и технологии идентификации рисков, дана их краткая характеристика, условия, цели и особенностей применения.

Ключевые слова: риск, идентификация рисков, риск-менеджмент, управление рисками, оценка риска.

I. ВВЕДЕНИЕ

Сложно, или точнее невозможно найти ситуацию, вид деятельности или форму активности, которые не предполагают возникновение тех или иных рисков. Несмотря на наличие у риска позитивных функций, отношение к риску, как к возможному ущербу и потерям всегда негативное. Стремление любого субъекта избежать риска – стандартное и рациональное поведение. Поэтому вопрос о том, как оценить риски и как ими управлять – является объектом исследования многих ученых. Идентификации рисков, как один из важнейших этапов процесса управления рисками, безусловно рассматривается всеми авторами, однако, как показывает анализ теоретических разработок и практического опыта, этот этап характеризуется наименьшей методологической проработанностью. Несмотря на наличие большого количества теоретических исследований, в теории не существует

методики, применение которой давало бы уверенность в том, что в результате ее применения, будут выявлены все (или хотя бы большая часть) рисков, характерных для того или иного объекта или ситуации. Причинами сказанного является не только многообразие рисков, их изменчивость во времени и пространстве, объективная сложность их классификации, но и субъективное восприятие и субъективная оценка рисков.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В самом общем виде риск представляет собой потенциально существующую вероятность потери ресурсов или неполучения (недополучения) доходов.

Вопрос о цели управления рисками является дискуссионным, но в большинстве случае авторы считают, что задача риск-менеджера не избегать риска, а предвидеть его и снизить возможные негативные последствия, не устранить риски, а управлять ими.

Процесс управления рисками включает в себя следующие этапы:

1. Идентификация риска и рисковых факторов.
2. Анализ рисков: качественный и количественный.
3. Выбор методов и способов снижения рисков.
4. Реализация действий, направленных на снижение рисков.

На этапе идентификации рисков, создается информационная база для реализации дальнейшего процесса управления рисками. Фактически на данном этапе обеспечивается информационная основа для всего дальнейшего процесса управления рисками. Главная цель этапа - выделить наиболее значимые риски, определить в отношении каких рисков необходимо осуществление действенных мер по их снижению, а какие риски можно принять или игнорировать. Как следствие, от результатов реализации этого этапа, фактически зависит эффективность всех дальнейших действий по риск-менеджера. Очевидно, что для эффективного управления рисками в практической деятельности специалистам необходимы хорошие методы и методики, применение которых позволить бы достичь поставленной цели, а именно – идентифицировать, выявить все наиболее значимые риски, характерные для исследуемой ситуации (объекта, явления). Целью данного исследования является сбор информации о методах идентификации рисков, их анализ, обзор условий и особенностей их применения.

III. ТЕОРИЯ

Несмотря на то, что риски объективно существуют в любой ситуации, в составе риска есть и необходимо выделять наличие как объективной, так и субъективной составляющих:

– объективная – возможность неблагоприятного исхода, не зависящая от желания и возможностей человека, подверженного риску;

– субъективная – опасность, обусловленная отношением или оценкой субъекта. Опасность, которая присутствует не столько в самой ситуации, сколько в нашем отношении к ней.

Ряд авторов выделяет еще и субъективно-объективную природу, идея которой заключается в том, что риск возникает в результате взаимодействия факторов субъективного и объективного характера.

Основным источником возникновения риска, неопределенность и неизвестность последствий и событий. Однако, причин и факторов, влекущих угрозу, может быть очень много, как внешних (естественно-природные, техногенные, социальные, политические, экологические, и т.д.), так и внутренних, связанных с процессами производства и управления. Выявление и анализ этого множества рисковых факторов, осуществляется на этапе идентификации рисков.

Под идентификацией рисков понимают сбор информации о рисках, характерных для анализируемой ситуации, выявление их причин, источников и природы возникновения.

Идентификации рисков включает в себя осмысление риска, т.е. качественный анализ, сопровождаемый исследованием структурных характеристик риска (опасность – подверженность риску – уязвимость), анализ причин их возникновения, изучение неблагоприятных факторов и их отрицательных последствий, исследование причинно-следственных связей рисковых факторов.

Анализ теории и практики риск-менеджмента позволяет выделить следующие методы и технологии идентификации риска.

1. Наиболее распространенными и популярными являются методы групповой экспертизы, в том числе опрос, анкетирование, интервью, анализ сценариев и др. В основе указанных методов, при любом варианте их реализации, лежит мнение того или иного субъекта или группы лиц. Как следствие, основным отличием и недостатком этой группы методов являются субъективные восприятие и оценка.

При этом, мнение экспертов может формироваться на основе анализа эмпирических, экспериментальных и хронологических данных и/или основываться на эвристических (неформальных) технологиях: логика, опыт, интуиция. Для достижения лучшего результата могут применяться такие эвристические приемы, как обобщение задачи, конкретизация задачи, формулирование обратной задачи, включение в другую структуру, критика очевидных решений, поиск привнесенных условий, движение от конца к началу, сближение данных и цели, использование сходных задач, рассмотрение с различных сторон, выдвижение любых идей и др.

Кроме того, указанные ранее методы групповой экспертизы, в большинстве случаев основаны на применении технологий коллективного принятия решений (совещание, конференции и т.д.). При этом, с целью повышения эффективности применения указанных методов могут применяться различные инструменты психологической и интеллектуальной активизации, в том числе: ассоциативные методы, методы контрольных вопросов и ответов, конференции идей, мозгового-штурма, методы подключения новых интеллектуальных источников, методы комиссий, суда, мозговой атаки, метод Делфи и др.

Необходимо отметить, что в ряде случаев, последние две группы методов и технологий, рассматриваются авторами не как составляющая экспертных методов, а как отдельные группы методов идентификации рисков.

2. Следующая группа методов основана на применении инструментов стратегического и отраслевого анализа и планирования, в том числе PEST-анализ, SWOT-анализ, SNW-анализ и др.

3. Отдельно имеет смысл рассматривать методы, основанные на технологии моделирования тех или иных событий. К данной группе методов принято относить:

- анализ деревьев событий (ETA) - метод моделирования успеха и/или неудачи, в результате наступления тех или иных событий, являющихся возможным следствием изучаемого явления. При этом, каждый возможный исход (каждое событие) представляется в виде отдельной ветви, для которой оценивается возможный результат и вероятность его получения;

- диаграмма Исикавы, иначе называют «диаграмма рыбьей кости», «диаграмма елочки» и др. Отличием и достоинством данного метода, считается то, что метод показывает потенциальные причины конкретного события. Обычно диаграмма Исикавы используется при проектировании продукции и предотвращении дефектов качества для выявления потенциально-опасных факторов;

- анализ цепей Маркова – применяется в том случае, когда будущее состояние системы зависит только от ее текущего состояния, для анализа сложных систем. Цепь Маркова – это последовательность случайных событий с конечным числом исходов, где вероятность наступления каждого события зависит только от состояния, достигнутого в предыдущем событии;

- анализ сценариев методом «что, если?» (SWIFT) - метод исследования сценариев, в котором используют набор слов или фраз-подсказок, помогающих идентифицировать опасные ситуации и создать сценарий их развития. Первоначально был разработан для химического и нефтехимического производства.

- метод планирования непрерывности бизнеса - методика, основанная на оценке рисков прерывания бизнеса и негативных последствий таких сбоев;

-метод предварительного анализа опасностей (PHA) - метод анализа, цель которого - идентификация опасностей, опасных ситуаций и событий, которые могут нарушить работу или нанести вред данному виду деятельности, оборудованию или системе. Метод применяется, как правило, на начальных этапах бизнес-моделирования, в условиях недостатка информации, отсутствия точной информации о бизнес-процессах;

- метод анализа видов и последствий отказов (FMEA) используется для обнаружения причин, их вероятных последствий, и планирования возможных действий по предупреждению сбоев в системе;

- метод исследования опасностей процесса (HAZOP) и расчета целевых уровней снижения риска (LOPA). В рамках данного метода опасности определяются с помощью процедуры HAZOP и вносятся в таблицы LOPA, что позволяет увидеть связь между процессами идентификации опасности и действиями по снижению уровня риска;

- метод анализа условий и факторов, которые могут привести к возникновению негативных событий (FTA);

- метода анализ влияния человеческого фактора, влияния действий человека, в том числе ошибок оператора, на работу системы (HRA);

Последние четыре метода применяются, как правило, при оценке производственных рисков, рисков, возникающих в технических системах.

4. В качестве отдельной группы методов выделяются методы, основанные на методологии процессного подхода. В основе процессных технологий лежит идея анализа бизнес-процессов, на каждом из этапов которого анализируются и выделяются возможные рисковые факторы.

5. Достаточно популярными являются методы графического и текстового описания рисков. К этой группе методов идентификации рисков можно отнести следующие технологии: анализ контрольных листов или составление контрольного списка рисков; картографирование рисков или составление матрицы рисков.

6. Отдельного внимания заслуживают и методы количественной оценки рисков, в том числе статистические методы, методы математического программирования, теории вероятностей. Примерами таких методов являются метод «цепей Маркова», «Монте Карло» и др.

7. Отдельно необходимо выделить узкоспециализированные методы, например, метод анализа рисков в сфере производства пищевой продукции (HACCP) - это система управления рисками, представляющая собой комплекс мероприятий, обеспечивающих безопасность пищевой продукции на всех этапах движения продукта: от производства – до потребления.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представленный выше список является достаточно внушительным, однако при более глубоком рассмотрении, очевидным является вывод о том, что большая часть представленных методов основывается на применении экспертной оценки, как следствие являются субъективными и достаточно трудоемкими.

Исключением является применение технологий искусственного интеллекта и анализа больших данных, которые позволяют снизить нагрузку на экспертов и уменьшить влияние человеческого фактора. Однако, необходимо учитывать тот факт, что количественные методы нацелены не столько на выявление, сколько на оценку рисков, и не позволяет идентифицировать новые типы рисковых факторов. Устранить указанные недостатки можно с помощью расширения базы данных и выявления на ее основе исторических аномалий.

Все сказанное, свидетельствует о том, что несмотря на обширный инструментарий, выявление рисков - это по сути, субъективный процесс, результат которого целиком зависит от эффективности организации этого процесса и опыта экспертов, привлеченных для его реализации. С одной стороны, это подтверждает тот факт, что в силу многообразия и субъективной оценки рисков, появление каких-либо объективных технологий его возникновения маловероятно. С другой стороны, свидетельствует о том, что эта сфера научной деятельности является еще малоизученной и очень перспективной.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абдулаева З. И., Недосекин А. О. Идентификация и анализа рисков на основе системы сбалансированных показателей // NovaInfo.Ru. 2016. Т. 2, № 57. С. 189–194.

2. Гоглев Н. Н., Мигалин С. А., Касаткина Е. В. Подход к идентификации новых типов рисков с применением искусственного интеллекта и анализа больших данных // International Journal of Open Information Technologies. 2022. Т. 10, № 10. С. 111–119.

3. Гримашевич О. Н. Идентификация рисков промышленных предприятий // Наука и общество. 2015. № 2 (21). С. 4–9.

4. Дебердиева Н. П., Воронин А. В. Идентификация рисков промышленных предприятий в концепции риск-менеджмента // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10, № 5. С. 1425–1438. DOI: 10.18334/epp.10.5.100952.

5. Ерш В. С., Новиков И. А. Идентификация рисков как элемент системы управления рисками в организации // Международный журнал информационных технологий и энергоэффективности. 2021. Т. 6, № 1 (19). С. 14–22.

6. Коневский К. П., Какадий И. И. Методы идентификации рисков // Вектор экономики. 2021. № 3. С. 57.

7. Крыгина Е. Г., Клейменова Н. Л., Яковлева А. Ю. Идентификация ключевых рисков в деятельности компании // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 8 (26). С. 44–49.

8. Сподах Г. Г. Систематизация методов идентификации, анализа и оценки рисков // Вестник Астраханского государственного технического университета. Сер. Экономика. 2021. № 2. С. 31–37.

9. Трифонов Ю. В., Трифонов В. Ю., Брыкалов С. М. Процессный подход при идентификации рисков организации // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10, № 12. С. 3139–3148.

10. Чеченова Л. М., Волыхина Н. В., Егоров Ю. В. Особенности идентификации и экспресс-оценки рисков инвестиционных проектов в современных условиях // Бюллетень результатов научных исследований. 2019. № 1. С. 69–86.

УДК 339.37

СОХРАНЕНИЕ АССОРТИМЕНТНОГО ДИАПАЗОНА ТОВАРНЫХ ГРУПП РИТЕЙЛА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

М. А. Чирков[1], **А. В. Шаповалова**[2], **М. С. Чистяков**[3]
[1]*Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (МГУ), Москва, Россия*
[2]*Сибирский университет потребительской кооперации (СИБУПК), Новосибирск, Россия*
[3]*Российский университет кооперации, Владимирский филиал, Владимир, Россия*

Аннотация. В статье рассматривается ассортимент товаров ритейла в условиях экономической неопределенности. Показана необходимость быстрого реагирования на проблемы в экономике из-за обстановки в мире и быстрой разработки для их решений. Описана текущая ситуация в торговой сфере, влияние параллельного импорта на спрос в ситуации падения объемов поставок. Сделан вывод о потенциально возможном сокращении ассортимента продукции, как следствие – роста цен, – особенно на продукцию исчезающих привычных брендов, но в то же время нужно готовиться к приходу новых брендов.

Ключевые слова: ритейл, ассортимент товаров, розничная торговля, цены, санкции.

I. ВВЕДЕНИЕ

Сфера розничной торговли – социально-экономический объект стратегического управления органов государственной власти в функциональном и структурном аспектах, который представляет значимый элемент национальной экономики, гарантирующий удовлетворение главных потребностей населения [1, с. 80].

Розничная торговля – неотъемлемая часть между производителем и потребителем, которая существенно отставала от таких сегментов, как гостиничный бизнес и туризм, потому что многие покупатели мигрировали в интернет-магазины, хотя онлайн-покупки доминируют в России уже давно [2, с. 85].

Новые экономические реалии требуют от ритейлеров быстрого реагирования на проблемы в экономике из-за обстановки в мире и быстрой разработки для их решений. Многие предприятия, попавшие под санкции или те, которые ушли из России, вероятно, исчезнут, но которые будут искать новые возможности и найдут выход, как работать в таких условиях, а также адаптируют политику к новым экономическим условиям, будут процветать [2, с. 81].

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В статье целью исследования является в рассмотрении сохранения ассортимента товаров ритейла в условиях экономической неопределенности.

Для достижения данной цели поставлены следующие задачи:

– рассмотреть теорию ассортиментного диапазона товарных групп ритейла;

– изучить самые известные ритейлеры России и их ассортимент;

– описать способы сохранения сохранения ассортимента товаров ритейла в условиях экономической неопределенности.

Объектом исследования является ассортимент товарных групп ритейлера.

Предметом исследования являются условия экономической неопределенности, влияющие на ассортимент товарных групп ритейлера.

III. ТЕОРИЯ

В условиях экономической неопределенности ритейлеры находятся в «новой реальности». Ситуация постоянно меняется и сложились конкретные тенденции.

Торговые компании пытаются адаптироваться в условиях экономической неопределенности. Поиск новых поставщиков и пересмотр условий работы со старыми, формирование «антикризисного» ассортимента и обеспечение доступности товаров, перекраивание старых и, главное, изобретение новых логистических цепочек, продуманная ценовая политика – это лишь небольшой круг проблем, которые предстоит решить компаниям в 2022 г.

Вначале 2022 г. в связи с санкциями цены активно росли, происходил ажиотажный спрос на некоторые виды товаров, в основном конечно на импортные товары, которых скоро может не быть. Сейчас уже ситуация

улучшается, начало происходить смещение спроса с высоких сегментов на более низкие, покупатели входят в режим жесткой экономии. Люди дезориентированы и настолько чувствительны к цене, что готовы менять места привычных покупок, сравнивают цены, сосредотачиваются на сегменте «дискаунтер»[4].

Иностранные компании отказываются от доставки своих товаров в Россию. Поэтому товары на российском рынке в большинстве случаев китайские (70-80 %). Китай не собирается вводить санкции против России, но к сожалению цепочки логистики нарушены. Срок доставки товаров увеличен практически в 2 раза.

В связи с уходом многих брендов розничной торговли нужно заниматься их замещением на отечественные товары. Новые марки из дружественных стран наращивают свою долю и укрепляют свои рыночные позиции.

Что касается иностранных партнеров, то на данный момент ни один из них не заявил об уходе с рынка, но даже если это произойдет, ассортимент сбалансирован аналогами российского производства, и сфокусируемся на них.

Переход к «новой реальности» требует времени, ресурсов и инструментов. Тенденции 2020-2021 гг. потеряли актуальность, но не все. Например, «…сокращение размеров крупных магазинов, ориентированность на омниканальность продаж[5] и развитие онлайн-торговли и доставки…».

В России слабо развито отечественное производство. Ожидается рост импорта из Китая. В среднем и низком ценовом сегменте качество товаров не изменится, а в высоком качество снизится.

Произошла канальная проблема, ведущая к сокращению ассортимента и сосредоточенности на оборачиваемости. Главная задача ритейла – повысить чек покупателя. Если полагаться исключительно на класс А с точки зрения товарооборота, матрица товаров будет слишком узкой. С уменьшением ассортиментного предложения сокращается и контингент покупателей. Большой ассортимент, наоборот, низкая оборачиваемость. В котором ритейлер просто уничтожит себя затратами, связанными с большим форматом магазина, высокой арендной платой, множеством поставщиков и аналогичными затратами на содержание магазина в оффлайне. Ритейлер должен стремиться, с одной стороны, максимально увеличить контингент покупателей, а с другой – постараться сделать это прибыльным. Выход из этой ситуации только один: совмещение онлайн-торговли со своими офлайн-магазинами, которые можно использовать как точки сбора. Переориентация на онлайн-продажи поможет присутствовать даже в небольших городах, где офлайн-магазины будут закрыты из-за низкой оборачиваемости. При онлайн-продажах можно сделать меньшую наценку – не надо содержать магазины, товары могут быть на 30-40% дешевле, чем если бы они были на прилавках. При разработке стратегии ритейлерам и поставщикам следует обратить внимание на следующее:

1. *Оптимизирование ассортиментной матрицы.* Чтобы сократить расходы, нужно уменьшить форматы магазинов, оставив на прилавках только основную товарную группу. Нужно пытаться сохранить ассортиментный диапазон товарных групп ритейла, забрав эту большую долю в онлайн.

2. *Работа с поставщиками.* Из-за более высоких цен на сырье и более длительных сроков производства частные торговые марки больше не выглядят конкурентоспособными, цена собственного импорта теперь может быть выше. Приходится заново учиться работать с поставщиками, у некоторых из них даже есть годовые запасы товара. Вы можете использовать их правильно, даже если они находятся за пределами существующей матрицы. Такой ресурс поможет при проведении акций и мероприятий удержать покупателя, которому важны как ценовой, так и качественный ассортимент, а также возможность пребывания в привычном потреблении, в которой акции и скидки играли роль драйвера. Для поставщиков это не только возможность продать часть инвентаря, но и возможность существовать даже в такой кризисной ситуации: создавая концептуальные предложения для ритейлеров, можно показать свою осведомленность, клиентоориентированность, дальновидность (инвентарь создан по более низким ценам заранее).

3. *Выход на маркетплейсы.* У товаров на маркетплейсах есть один серьезный недостаток – большие сроки доставки в регионы широкого ассортимента товаров. Если региональная непродовольственная сеть выходит на рынок со своими складами и филиалами, она получает конкурентное преимущество – условия могут быть значительно снижены. Работа по FBS[6] с отгрузкой со своего склада и использованием собственных курьеров – сейчас лучший способ работы в этом канале сбыта.

4. *Кадры.* Качественно продвигать через онлайн-канал невозможно, не имея профессионального ресурса. Для интернет-продвижения необходимо набрать или развить существующие ИТ-персонал и специалистов: сай-

[4] Какие перемены переживает современный non-food ритейл. (2022, 21 апреля). URL: https://www.if24.ru/kakie-peremeny-perezhivaet-sovremennyj-non-food-ritejl/amp/ (дата обращения: 06.09.2022).

[5] Омниканальность продаж – заказ товара онлайн и получение его в удобной точке выдачи.

[6] FBS – модель продажи на маркетплейсе, когда продавец хранит товары у себя, сам занимается обработкой заказов и привозит их в пункт приема или на склад маркетплейса.

ту нужен хороший движок, SEO-специалисты нужны, чтобы быть в первых строках поисковой выдачи без лишних затрат, интернет-маркетологи и SMM-специалисты помогут освоить торговых площадок и соответствующих социальных сетей[7].

Уже осенью может начаться заметный дефицит в розничной торговле. По некоторым категориям товаров, указывает издание, во втором квартале произошло сокращение поставок до 75 %. Правда, ритейлеры с такими прогнозами не согласны, аргументируя это тем, что продолжают пополнять запасы и расширять ассортимент. Просто на рынке стали появляться более мелкие игроки – частные поставщики, сумевшие наладить параллельный импорт. Но это не компенсирует даже половину падения объемов поставок». В июне появилась статистика, что импорт продукции сокращается не только из недружественных стран, но и, например, из Китая. Следует ожидать уменьшения ассортимента продукции, как следствие, роста цен, особенно на продукцию исчезающих привычных брендов, но в то же время нужно готовиться к приходу новых брендов.

Торгово-логистические ограничения проявились в резком падении импорта и росте цен. Наличие двухтрехмесячных запасов в промышленности и оптовой торговле обеспечивало функционирование предприятий и торговли необходимым ассортиментом товаров. Действие такого вида санкций отсрочено. Пока неясно, в какой степени параллельный импорт и создание организационных структур для транзита в странах, не присоединившихся к санкциям, смогут покрыть возникающий дефицит товаров и комплектующих, на котором базируются практически все отрасли экономики и большинство компаний зависеть. Санкции сломали логистику и поэтому многие компании вынуждены искать новые пути.

Надежды политиков на параллельный импорт или импорт аналогов из неприсоединившихся стран, в частности из Китая, нельзя признать совершенно беспочвенными. В какой-то степени эти планы могут быть реализованы. Однако идея властей искоренить многолетние связи между российскими компаниями и компаниями развитого мира и заменить их компаниями из неприсоединившихся стран вряд ли осуществима по двум причинам. Во-первых, это отсутствие у правительств этих стран мотивации учитывать несырьевые интересы России, поскольку они сами являются реципиентами передовых технологий из развитых стран. Второе – санкции. Разработка сценария существенного импортозамещения зависит от того, насколько неприсоединившиеся правительства готовы пойти на риск, позволив своим компаниям организовать альтернативные поставки в Россию. То есть, в конечном счете, насколько они признают авторитет санкционной политики США и ЕС, а также способность последних расходовать значительный политический ресурс для оказания давления на правительства неприсоединившихся стран.

Доля магазинов-дискаунтеров на рынке ритейла

Новые экономические реалии в России оказывает влияние разные сферы жизни людей. Все прошлые потребительские привычки изменились. Ключевой тренд российской розницы – развитие низкоценовых форматов торговли и дискаунтеров. Согласно исследованию Romir, в марте 2022 г. в России популярным каналом продаж стал дискаунтер (торговый магазин, где ассортимент торговых групп значительно дешевле рыночных) (рис. 1).

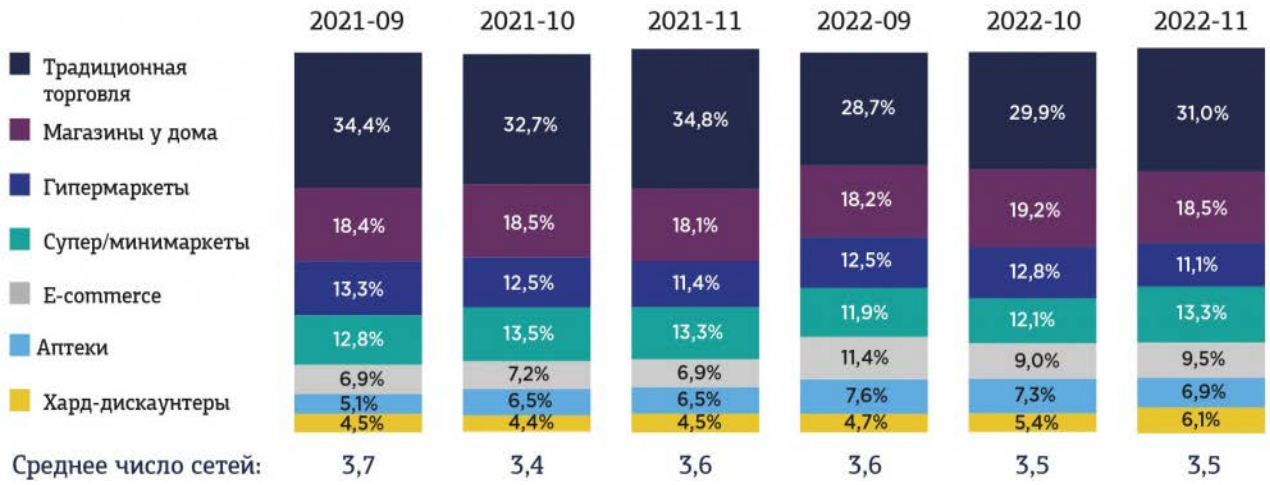


Рис. 1. Доля каналов продаж, март 2022 г.

[7] Какие перемены переживает современный non-food ритейл. (2022, 21 апреля). URL: https://www.if24.ru/kakie-peremeny-perezhivaet-sovremennyj-non-food-ritejl/amp/ (дата обращения: 06.09.2022).

На рис. 2 наглядно видно, что доля гипермаркетов на рынке снижается, а доля дискаунтеров растет.

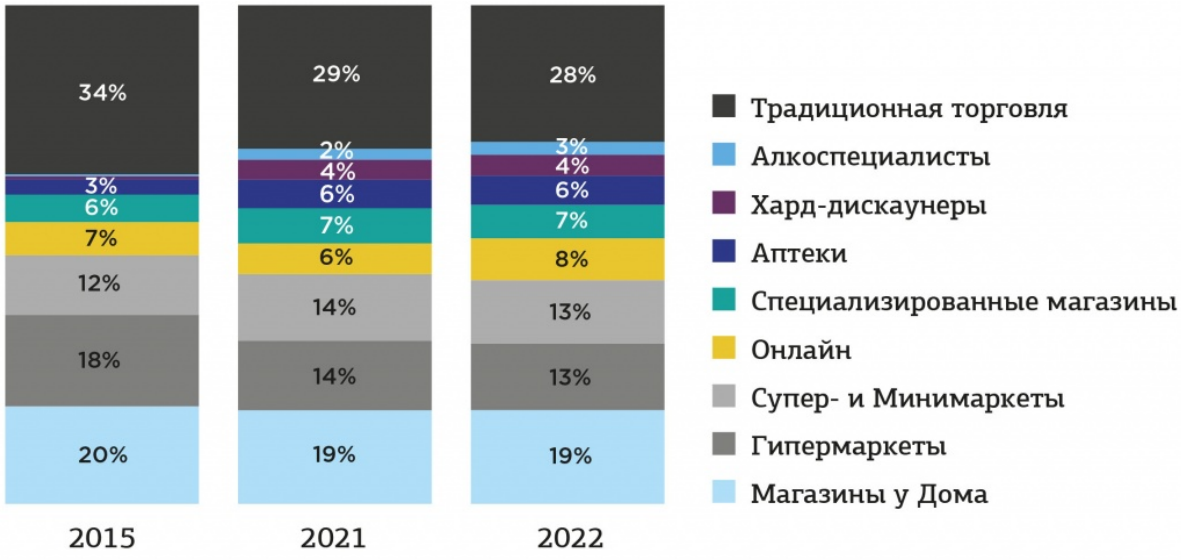


Рис. 2. Структура розничной торговли (доля в денежном выражении), 2015-2022 гг. (март)

За 2015-2022 г. увеличилась консолидация рынка, так как топ-5 ритейлеров имеют более четверти (26 %) FMCG-рынка, куда входит и продовольственный ритейл. Согласно рис. 3 самую большую долю рынка розничной торговли в 2022 г. занимает магазин «Пятерочка».

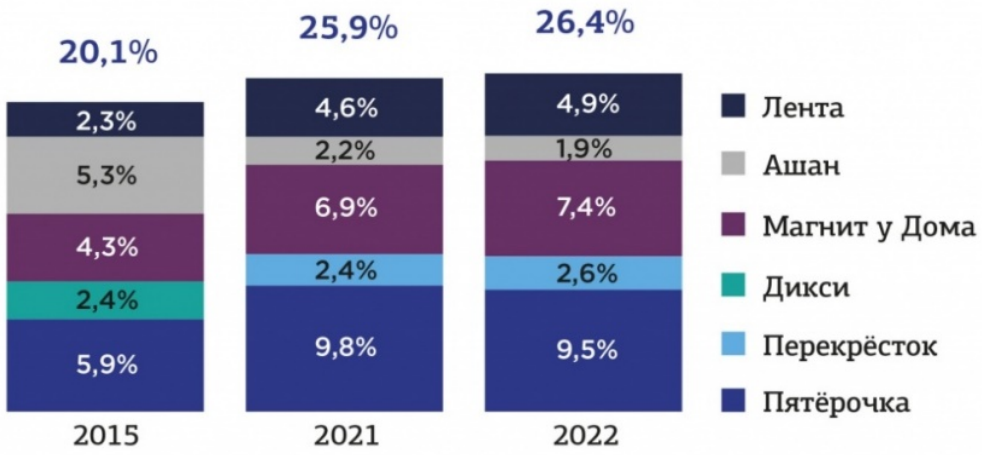


Рис. 3. Доля топ-5 игроков рынка розничной торговли, 2015-2022 гг. (март)

Доля дискаунтеров будет увеличиваться. От продуктовых дискаунтеров можно ждать расширения продовольственных товаров.

Крупнейшие дискаунтеры в РФ

«Светофор» – сеть продуктовых магазинов (жестких дискаунтеров), появившаяся в 2009 г. К концу 2021 г. число точек продаж сети было 3 тыс. магазинов. При этом 1134 дискаунтера открылось в 2021 г. и показал динамику по росту площади, почти в 2 раза превышающую динамику ближайших конкурентов – X5 Group и «Магнит». Сеть «Магнит» имеет 1434 магазина по данным за 2021 г.

«Светофор» на 1 месте по темпу роста выручки. За 2021 г. прирост выручки составил +48 % (+61,9 млрд руб.), то есть сеть увеличила выручку почти в 1,5 раза.

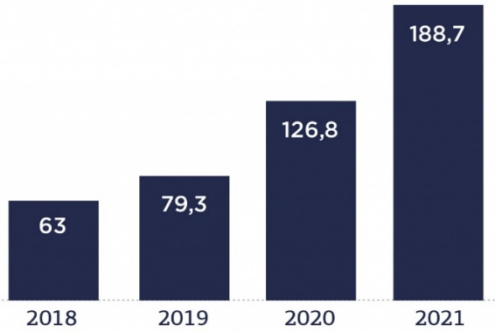


Рис. 4. Выручка дискаунтера «Светофор» 2018-2021 гг., млрд руб.

На рис. 5 рассмотрен график роста числа магазинов сети «Светофор». В 2021 г. в сравнении с 2020 г. число магазинов увеличилось на 56,7 %.

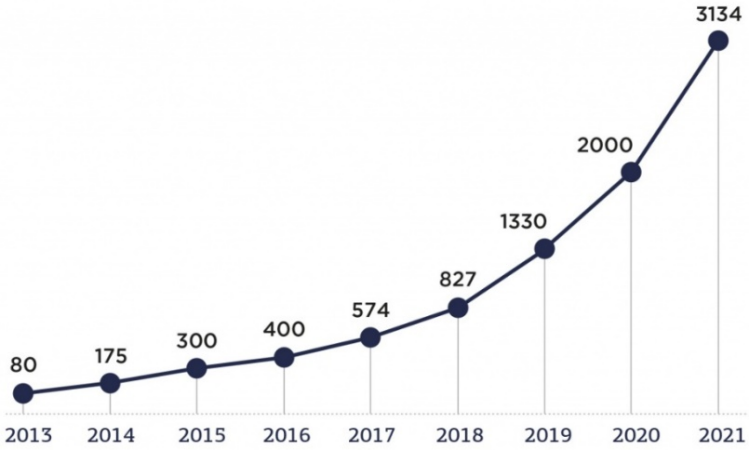


Рис. 5. Рост числа магазинов сети «Светофор» за 2013-2021 гг.

«Светофор» в отличие от конкурентов предлагает покупателям цену ниже на 20 %. Покупателями являются в большинстве семьи, с низким или средним уровнем дохода.



Рис. 6. Топ ассортиментного диапазона
в сети продуктового жесткого дискаунтера «Светофор»

На рис. 6 изображен график ассортимента продукции сети «Светофор». Самыми покупаемыми продуктами являются колбасные изделия, а также кофе, какао, шоколад, масложировые продукты, орехи.

Еще один жесткий дискаунтер – Доброцен, который появился в 2016 г.



Рис. 7. Количество дискаунтеров сети «Доброцен» за 2017-2021 гг.

Как видно на рис. 7, существенное увеличение числа магазинов было в 2019 г., а также возросла и выручка сети – на 141 %, что примерно в 6 раз меньше выручки «Светофора» за 2019 г.: 14 млрд руб. против 79 млрд руб. Магазинов в 10 раз меньше, чем у сети «Светофор», при этом динамика по увеличению числа магазинов положительная.

Стоит отметить, что «Светофор» и «Доброцен» развиваются не в направлении увеличения количества магазинов, но и в направлении развития услуг по доставке и возможности заказать продукты онлайн.

Другие крупные продовольственные дискаунтеры

«Моя цена» – дискаунтер от сети «Магнит», который появился летом 2020 г. Цены в этой сети – на 15 % ниже «Магнита». В I кв. 2022 г. компания, по данным сети, открыла 84 дискаунтера, причём 12 из них переформатировал из магазинов у дома. Благодаря смене формата на низкоценовой продажи этих точек выросли на 50 %. Суммарно сеть насчитывает 274 магазина.

Популярность подобных форматов объясняется усиливающимся желанием потребителей экономить. К примеру, по данным за I кв. 2022 г., ради скидок и выгодных акций четверо из десяти потребителей готовы сменить магазин, а 26 % покупают FMCG-товары онлайн, потому что там дешевле[8].

«Чижик» – дискаунтер от магазинов «Перекресток», «Пятерочка», «Карусель» – «X5 Retail Group». Значимая особенность дискаунтера – наличие продукции собственной торговой марки (20 % от числа товаров). Цены в этой сети на 30–40 % ниже, чем в «Пятёрочке». За I кв. 2022 г. выручка «Чижика», по данным X5 Group, увеличилась в 35 раз (с 118 млн руб. до 4,1 млрд руб.). В апреле открылась 100-я точка сети, в планах на 2022 г. – открытие более 300 дискаунтеров[9].

«365+» – дискаунтер, от магазина «Лента», открывшийся в начале 2021 г. Площадь магазинов – 375 м². Ассортимент состоит из 1600 единиц, из которых 960 единиц (60 %)– товары СТМ10.

«Да!» – дискаунтер магазина «О'кей», который открылся в 2014 г. По данным New Retail, чистая розничная выручка выросла на 47,3 % до 10479 млн руб.

Прогнозы в продуктовом ритейле

На развитие продуктового ритейла могут повлиять следующие предполагаемые тенденции, которые могут стать заметными в ближайшие годы.

Развитие интернет-магазинов и сокращение традиционных ритейлов.

Раскрытие жестких дискаунтеров, которые являются конкурентами традиционных магазинов, придумывая новые стратегии для привлечения покупателей. Возможно, что через 3 года хард-дискаунтеры займут 35 % от рынка, а через 5 лет – 50 %. Кроме того, у сетей, в дополнение к уже существующим «магазинов у дома», решили создать еще и дискаунтерскую сеть, могут одновременно столкнуться с трудностями с успешной реализацией разных форм торговли.

Стратегическая экспансия

Несмотря на перемены на рынке, ритейлеры вне зависимости от формата – «у дома», «дискаунтер», «гипермаркеты» – продолжают открывать новые точки. «Стратегия торговой сети не изменилась, идём

[8] Ритейл-тренды: рынок торговли в 2022 году. (2022, 20 июня). URL: https://sber.pro/publication/riteil-trendy-chto-zhdet-rynok-v-2022-godu-2 (дата обращения: 07.09.2022).

[9] Там же.

[10] Товары СТМ – Собственная Торговая Марка компании, которая, как правило, работает в розничном сегменте и обладает налаженной сбытовой сетью.

с опережением: за первый квартал 2022 г. открыли 380 новых магазинов», – подтверждает Ольга Моисеева, директор по маркетингу компании «Сладкая жизнь плюс», управляющей брендом «Авокадо». Этот распространённый в регионах магазин формата «у дома» развивается по франшизе.

Таблица 1

Новые точки торговых сетей за 2021-2022 гг.

Название сети	Формат магазинов	Сколько точек было в конце 2021 г.	Сколько торговых точек открылось за I кв. 2022 г.	Число торговых точек, которые сеть планирует открыть до конца 2022 г.
Авокадо	«У дома»	3 320	380	1 200
Fix Price	Дискаунтер	4 904	179	750
Лента	Гипермаркет	757	50	> 200

Открытие новых точек положительно сказывается на финансовых показателях. Благодаря расширению сети магазинов и росту продаж на 11,6 % выручка Fix Price выросла на 21,2 % до 62,6 млрд руб. Аналогичный эффект наблюдается в «Ленте». В I кв. 2022 г. продажи увеличились на 23,3 % до 130,5 млрд руб. «Лента» планирует увеличивать долю на рынке в 2022 г.

«Аномальный» рост e-commerce

В I кв. 2022 г. зафиксирован аномальный рост. По данным АКИТ и Сбера, оборот интернет-магазинов составил 1,25 трлн руб., это на 59 % превышает показатели аналогичного периода 2021 г.

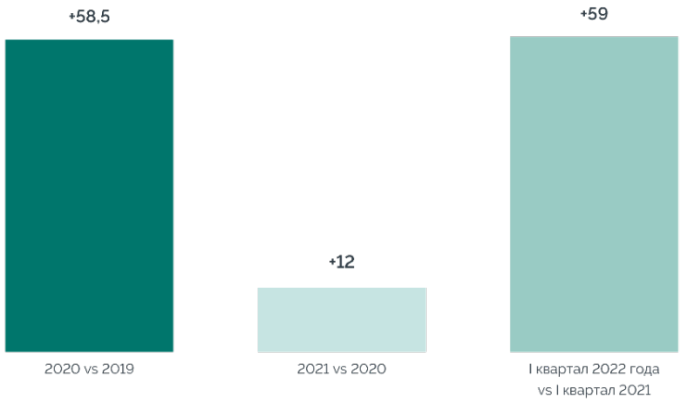


Рис. 8. Динамика роста e-commerce за 2019-2022 гг., %

К примеру, за 2021 г. оборот онлайн-сервиса СберМаркет вырос в три раза. В том числе за счёт двукратного увеличения количества партнёрских проектов с федеральными и региональными ритейлерами: METRO, «Лента», «Ашан», «Магнит», «Самбери», «Командор» и другими. По данным пресс-службы компании, предоставленным ComNew, СберМаркетом, в первом квартале 2022 г. рост показателей – количество заказов и выручка – сохранился, из-за общего ажиотажного спроса на рынке они «в несколько раз» превышают данные аналогичного периода 2021 г.

Тренд на импортозамещение стал толчком для поддержки отечественных производителей

В апреле 2022 г. Wildberries запустил раздел «Сделано в России». Там были представлены продукты питания, бытовая химия, текстиль, обувь, аксессуары для дома, детские товары отечественных производителей. По данным компании, за месяц ассортимент российских товаров на площадке вырос на треть по сравнению с прошлым годом, а объём заказов увеличился на 132 % год к году – до 33,4 млрд руб. уже за первую неделю работы (с 14 по 21 апреля).

СберМегаМаркет запустил серию бесплатных образовательных онлайн-мероприятий, направленных на поддержку продавцов площадки. Участникам рассказывают о востребованных товарах и возможностях, которые открываются в отдельных регионах страны. Также обсуждаются вопросы логистики и привлечения внимания потребителей.

Меры государственной поддержки

Льготные кредиты по ставке 11 % годовых будут доступны для торговых организаций. Одно предприятие сможет получить до 10 млрд руб. на год, группа компаний – до 30 млрд руб.

До конца 2022 г. в России будет действовать запрет на проведение плановых проверок бизнеса за исключением небольшого перечня объектов контроля.

Разрешительные документы и лицензии будут продлеваться автоматически на 12 мес. А их получение и переоформление в 2022 г. упростили, что снизит нагрузку на предпринимателей, в том числе финансовую.

Правительство Москвы выпустило гид «Алгоритмы для бизнеса» – сборник инструкций для предпринимателей о мерах господдержки и правомерности действий в условиях ограничения и нестабильности[11].

Антикризисные меры для поставщиков

Ритейлеры предоставляют временные послабления по договорным обязательствам. В частности, X5 Group не будет штрафовать поставщиков за недопоставку товара по промоакциям и постоянным заказам до конца июня 2022 г., а также сократит срок рассмотрения цен до 5 дней. До середины июня «Магнит» тоже не будет применять санкций к поставщикам – в случае форс-мажоров и если они на 90 % выполнили обязательства без нарушения договора. Также компания на 50 % уменьшит размер штрафа, если просрочка поставки товаров со сроком годности более 30 дней не превышает пяти рабочих дней. СберМегаМаркет перешёл на ежедневные выплаты продавцам. Данные решения сохранят устойчивость рынка[12].

Главная задача торговой сети – удержать покупателя. Лояльность потребителей к розничным брендам низкая. В этой ситуации основной задачей сети является прогнозирование изменений в поведении целевых потребителей, оценка их изменяющихся потребностей и обеспечение доступности нужных им товаров покупателям на приемлемых условиях. Разработать план действий на случай резкого роста цен. При этом необходимо оценить все риски, которые могут возникнуть в связи с действиями государства, поставщиков и санкций, а также переценить свое позиционирование и ассортиментную матрицу [13].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Параллельный импорт работает, но пока не компенсирует даже половину падения объемов поставок. Он сохраняет и расширяет ассортиментный диапазон товарных групп в условиях экономической неопределенности. Покупатели могут купить любой товар, несмотря на западные санкции, причем эти товары абсолютно оригинальны. Но все же стоит ожидать снижения ассортимента продукции, как следствие – роста цен, – особенно на продукцию исчезающих привычных брендов, но в то же время нужно готовиться к приходу новых брендов.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Внешнеполитические факторы, изменение цепочек поставок, волатильность финансовых рынков побудили ритейлеров пересмотреть стратегии развития и ассортиментную политику[14].

Уже осенью может начаться заметный дефицит в розничной торговле. По некоторым категориям товаров, указывает издание, во втором квартале произошло сокращение поставок до 75 %. Правда, ритейлеры с такими прогнозами не согласны, аргументируя это тем, что продолжают пополнять запасы и расширять ассортимент. Просто на рынке стали появляться более мелкие игроки – частные поставщики, сумевшие наладить параллельный импорт.

Параллельный импорт работает, но пока не компенсирует даже половину падения объемов поставок. Он сохраняет и расширяет ассортиментный диапазон товарных групп в условиях экономической неопределенности. Покупатели могут купить любой товар, несмотря на западные санкции, причем эти товары абсолютно оригинальны. Товары проходят все контрольные проверки и таможенные процедуры. В июне появилась статистика, согласно которой импорт продукции упал не только из недружественных стран, но и, например, из Китая.

---

[11] Крупнейшие продуктовые дискаунтеры в России: перспективы продовольственного ритейла. (2022, 02 июня). URL: https://delprof.ru/press-center/open-analytics/krupneyshie-produktovye-diskauntery-v-rossii-perspektivy-prodovolstvennogo-riteyla/ (дата обращения: 06.09.2022).

[12] Ритейл-тренды: рынок торговли в 2022 году. (2022, 20 июня). URL: https://sber.pro/publication/riteil-trendy-chto-zhdet-rynok-v-2022-godu-2 (дата обращения: 07.09.2022).

[13] Сергей Илюха: корректировка ассортиментной политики магазина во время санкций. (2022, 04 марта). URL: https://www.retail.ru/tovar_na_polku/sergey-ilyukha-korrektirovka-assortimentnoy-politiki-magazina-vo-vremya-sanktsiy/ (дата обращения: 08.09.2022).

[14] Ритейл-тренды: рынок торговли в 2022 году. (2022, 20 июня). URL: https://sber.pro/publication/riteil-trendy-chto-zhdet-rynok-v-2022-godu-2 (дата обращения: 07.09.2022).

Надо ожидать сокращения ассортимента товаров, что приведет к росту цен, особенно на товары исчезающих известных брендов, но в то же время надо готовиться к появлению новых брендов[15].

Кризис, из-за введенных западом санкций, носит структурный характер и приведет к масштабным изменениям в экономике, суть которых можно определить как «технологически регрессивное импортозамещение». Потеряв доступ к импортным технологиям и комплектующим, экономика заместит импортную продукцию на менее современные и менее качественные технологии и комплектующие дружественных стран по более высоким ценам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Медведев Е. В. Электронная коммерция как новая модель развития экономики России // Управление и сервисный потенциал цифровой экономики: проблемы и перспективы: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Омск, 14–15 мая 2020 г.). Омск: Изд-во ОмГТУ, 2020. С. 79–85. 1 CD-ROM.

2. Науменко А. И., Шаповалова А. В. Мировые тренды цифровой трансформации розничной торговли в период коронакризиса // Сибирская финансовая школа. 2021. № 1 (141). С. 74–87.

УДК 336.67

АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ

С. О. Чубарова

ФГБОУ ВО «ЮГУ», Ханты-Мансийск, Россия

S. O. Chubarova

Yugra State University, Khanty-Mansiysk, Russia

Аннотация. **В статье представлен анализ финансовых результатов деятельности организаций Ханты-Мансийского автономного округа-Югры за 2019-2021 годы, проведен сравнительный анализ исследуемых показателей региона с другими субъектами Уральского федерального округа. Отражена роль предприятий ХМАО - Югры в экономике страны. Были рассмотрены сальдированный финансовые результаты по экономической деятельности, изучены финансовые показатели и выявлены лидирующие отрасли округа. Данные для анализа были взяты из документов сайта Федеральной службы государственной статистки и отчетах Департаментов ХМАО - Югры.**

Ключевые слова. **Финансовые результаты, анализ деятельности предприятий, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра.**

I. ВВЕДЕНИЕ

В любой организации важно получение финансовых результатов. Что же это такое? Финансовый результат – обобщающий показатель анализа и оценки эффективности деятельности хозяйствующего субъекта на определенных стадиях его формирования. Показателями, выражающими финансовый результат деятельности предприятия, являются:

1) показатели прибыли, характеризующие финансово-хозяйственный эффект деятельности предприятия);

2) показатели рентабельности, характеризующие эффективность использования применяемых в процессе производства ресурсов и текущих затрат [2].

[15] Смирнова Г. Россия в условиях санкций – «страшная» сила! (2022, 29 июля). URL: https://regnum.ru/news/3656085.html (дата обращения: 09.09.2022).

Не менее важно умение анализировать полученный данные. Ведь, именно, благодаря грамотной и точной оценке показателей можно определить эффективность деятельности организаций. В качестве объекта исследования был выбран Ханты-Мансийский автономный округ - Югра.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧ

В данной статье можно выделить такие задачи:

1) Обозначить роль Ханты-Мансийского автономного округа-Югры в экономике Российской Федерации;

2) Провести сравнительный анализ деятельности предприятий ХМАО-Югры и других субъектов Уральского федерального округа;

3) Провести анализ финансовых показателей предприятий ХМАО по отраслям.

IV. ТЕОРИЯ

Анализ финансовых результатов организации – это исследование полученной прибыли или убытка как в абсолютной величине, так и коэффициентов относительно других финансовых показателей организации [1].

К абсолютным показателям относятся: чистая прибыль или убыток, операционная прибыль, EBIT.

Анализ финансовых результатов ведется с использованием таких коэффициентов как: рентабельность продаж, рентабельность активов, рентабельность собственного капитала, рентабельность задействованного капитала.

Для анализа финансовых результатов используются следующие методы:

1. Вертикальный анализ – сравнительный анализ, при котором изучается соотношение выбранного показателя с другими однородными показателями в рамках одного отчетного периода.

2. Горизонтальный анализ – сравнительный анализ финансовых показателей за несколько периодов. Данный метод также известен под названием «трендовый анализ». При горизонтальном анализе прослеживается изменение показателя в течение 2 и более периодов (по строке).

3. Факторный анализа - уникальный инструмент, позволяющий определить влияние на финансовые результаты внешних и внутренних факторов. Основная особенность данного метода - установление количественной степени влияния каждого фактора. [3]

Спецификой ХМАО - Югры является поставка на российский рынок нефти и газа.

Так по статистическим данным 2020 года округ занимает:

1 место по производству нефти (порядка 210,7 млн. тонн)

1 место по производству электроэнергетики (около 77,4 млрд кВт.ч.)

2 место по поступлению налогов систему РФ (2300,2 млрд.рублей)

2 место по объему промышленного производства (около 3460,3 млрд. рублей)

2 место по добыче нефти (33,9 млрд.куб.м.)

4 место по объему инвестиций в основной капитал (1034,9 млрд. рублей)

4 место по объему валового регионального продукта (4563,1 млрд. рублей)

По всей стране за 2019 - 2020 года ХМАО- Югра входит в 5 субъектов с самым крупным сальдированным результатом. (таб.1).

Сумма финансовых результатов по Уральскому федеральному округу наиболее крупная, что говорит о превышении поступлений над расходами. Сальдо ХМАО - Югры составляет одну из наибольших частей всего сальдированного результата федерального округа.

Таблица 1

Сальдированный финансовый результат деятельности организаций

	2019 год	2020 год
Российская Федерация	16 632 502	13 418 848
Уральский федерльный округ	2 901 553	1 480 378
Курганская область	99 981	17 380
Свердловская область	335 633	272 290
Тюменская область	512 513	75 174
Ханты-Мансийский автономный округ	691 149	893 868
Ямало-Ненецкий автономный округ	1 092 808	48 714
Челябинская область	169 469	172 952

Одним из основных показателей, характеризующих финансовый результат деятельности организаций, является сальдированный результат (таб.2, таб.3).

Таблица 2

Сальдированный финансовый результат по видам экономической деятельности ч.1

Год	Всего	Сельское, хозяйство, охота	Добыча п/и	Обрабатывающие производства	Обеспечение электрической энергией, газом и паром	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов	Строительство
2019	1 443 675	-127	1 407 643	3 591	29 057	84	3 439
2020	35 915	170	3 606	862	1 251	137	2 501
2021	893 868	26	956 954	2 823	21 736	- 1 246	3 854

В динамике 3 лет сальдированный финансовый результат в области розничной и оптовой торговли, информации и связи только увеличивался.

Переломным моментом для отраслей добыче полезных ископаемых, обрабатывающего производства, обеспечение электрической энергией, газом и паром, строительства, гостиничного бизнеса и общественного питания, и научной деятельности стал 2020 год, показатели данных отраслей резко упали.

Также были отрасли который, не смотря на пандемию повысили свои финансовые результаты. К таким отраслям можно отнести сельское хозяйство и операции с недвижимым имуществом.

Таблица 3

Сальдированный финансовый результат по видам экономической деятельности ч.2

Год	Торговля оптовая и розничная	Транспортировка и хранение	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	Деятельность в области информации и связи	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	Деятельность профессиональная, научная и техническая
2019	1 362	1 457	48	-38	-884	6 702
2020	2 884	8 649	41	13	5 433	2 448
2021	4 199	-7 039	99	113	-1 744	5 709

Не менее важным показателем является число компаний, занимающийся определённый экономической деятельностью (таб.4, таб.5).

Таблица 4

Число предприятий и организаций по видам экономической деятельности ч.1

Год	Всего	Сельское, хозяйство, охота	Добыча п/и	Обрабатывающие производства	Обеспечение электрической энергией, газом и паром	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов	Строительство
2019	33 628	994	529	1 577	298	263	4 871
2020	32 086	951	530	1 519	282	255	4 576
2021	30 919	932	502	1 452	267	256	4 324

Анализируя статистические данные видно, что за последние 3 года количество организации уменьшается. В сельском хозяйстве, обрабатывающем производстве, обеспечение энергией, газом и паром, строительстве,

торговой и оптовой торговле, транспортировке и хранении, гостиничном бизнесе, деятельности в области информации и связи, деятельности с недвижимостью, технической и научной деятельности шло только уменьшение количество компаний за данный период.

Таблица 5

Число предприятий и организаций по видам экономической деятельности ч.2

Год	Торговля оптовая и розничная	Транспортировка и хранение	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	Деятельность в области информации и связи	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	Деятельность профессиональная, научная и техническая
2019	7 600	3 293	908	912	2 337	2 565
2020	7 035	3 159	879	858	2 218	2 465
2021	6 537	3 101	867	800	2 131	2 379

В динамике за последние 2 года из-за эпидемиологической ситуации уменьшилось количество компаний. Вследствие этого сальдированный финансовый результат тоже снизился, но показатели на 2021 год стали демонстрировать положительные изменения.

IV. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Как было указано выше, в качестве объекта исследования были выбраны предприятия Ханты-Мансийского автономного округа – Югры. Данный регион является нефтегазодобывающим. На рисунке 1 представлено, какую долю занимает округ по добыче и производству топливно-энергетических ресурсов.

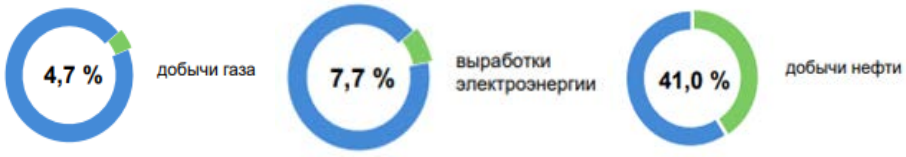


Рис. 1. Доля в общероссийском объёме продукции

По проанализированным данным, полученных из Федеральной службы государственной статистки и отчетах Департаментов округа, можно сделать вывод, что ХМАО – Югра занимает ведущее место по производству определенной продукции и пополнению бюджета страны.

Данный регион имеет огромный потенциал для развития не только нефтяного и энергетического производства, но туристической и научной деятельности. Как и в других регионах из-за пандемии финансовые результаты округа были не такие крупные. Но в 2021 г. показатели начали стремительно расти, что говорит о достаточно быстром подъеме экономических показатели ХМАО – Югры.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель Анастасия Николаевна Устюжанцева, кандидат экономически наук, доцент кафедры бизнеса и экономики ФГБОУ ВО "Югорский государственный университет"

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анализ финансовых результатов // Audit-it.ru: сайт. URL: https://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/performance/ (дата обращения: 28.11.2022).

2. Недорубко С. А. Оценка финансовых результатов деятельности организации. Белгород, 2017. 76 с.

3. Мериновский А. С. Оценка и пути улучшения финансового состояния предприятия. Екатеренбург, 2017. 82 с.

УДК 336.77

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ

Т. В. Чудайкина, В. Р. Хасанова
РЭУ им. Г. В. Плеханова, Москва, Россия

T. V. Chudaikina, V. R. Khasanova
Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

Аннотация: **Статья посвящена вопросам изучения основных принципов банковского кредитования. В работе показана важная роль кредитования в банковских операциях и то, как банки могут внедрять безопасные и эффективные кредитные инициативы. Раскрывается понятие «кредита». Определяется преимущество заемных операций в банках в сравнении с МФО с приведением статистики и описанием условий предоставления денежных средств. Определяется экономический смысл банковского кредита по отношению к банку и клиенту. Применение общих принципов кредитования нацелено на достижение выше поставленной задачи, ведь именно их удовлетворение говорит о минимизации рисков, связанных с выдачей кредита.**

***Ключевые слова*: банк, кредит, МФО, заем, принципы кредитования, клиент.**

I. ВВЕДЕНИЕ

“Такой хорошей памяти, как у кредиторов,
нет ни у кого другого во всем мире”
Ф. Т. Барнум

Потребительский кредит (заем) - денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности [2].

Понятие “кредит” в настоящее время прочно вошло в экономическую жизнь не только предприятий, но и частных лиц. Все чаще мы прибегаем к помощи кредитов, особенно при совершении крупных покупок. Сегодня практически любой товар можно приобрести в рассрочку. Но при всем удобстве использования механизма кредитования товаров не все им пользуются. Менталитет русского человека таков, что отношение к кредитам в нашей стране сложилось неоднозначное. Потребительские кредиты не пользуются спросом у физических лиц из-за нежелания людей иметь кредитные обременения. Многие люди предпочитают отказаться от покупки при отсутствии достаточных средств, нежели взглянуть на понравившийся товар с учетом использования кредита для его покупки. Такая ситуация обусловлена не только неким “недоверием” к условиям нынешнего кредитования, но и относительно высокими процентными ставками в российских банках [13].

Ситуация при этом обостряется большим количеством микрофинансовых организаций (далее - МФО), условия кредитования которых кажутся на первый взгляд привлекательными для заемщиков, но на самом деле часто затягивают людей в “долговую яму”, выбраться из которой крайне сложно. Часто они даже оказываются финансовыми пирамидами, привлекая финансово неграмотное население пользоваться их услугами под огромные проценты. Детальное изучение принципов кредитования с целью их влияния на благосостояние население является основной задачей исследования.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Более половины микрозаймов в России (53,7%) выдаются заемщикам, которые платят по кредитам свыше 50% своего ежемесячного дохода, говорится в обзоре Банка России [5]. В большинстве случаев такая ситуация происходит не во время материальных трудностей или крупной покупки, а на протяжении длительного периода времени. Это порождает финансовую зависимость и собственную несостоятельность. МФО в свою очередь не проверяют достоверность данных клиентов, что позволяет последним давать недостоверную информацию в целях повышения шанса одобрения займа: увеличить размер заработной платы или вообще указывать

несуществующее место работы. В итоге это оборачивается против самих заемщиков, у которых не хватает средств для оплаты долга, что впоследствии ведет к штрафным санкциям. В результате возникает просроченная задолженность, которая в несколько раз может превысить тело долга (по закону – не более чем в 3 раза) [5].

Кредит же выдают банки, а не юридические лица со специальной лицензией (такие организации, как говорилось выше, имеют дело с микрозаймами). Хотя, на первый взгляд, сделать заем денежных средств в МФО гораздо легче, все же большая часть населения пользуется услугами банков, проявляя к ним большую лояльность. На это, безусловно, есть ряд веских причин.

1. Ранее, когда банковская сфера только начинала свое развитие в Российской федерации, срок одобрения кредита варьировался в среднем от 2 до 5 дней. Вследствие чего многие, не имея возможности ждать так долго, обращались в другие кредитные организации. Сейчас же период рассмотрения кредита сократился в разы, порой его одобряют через несколько минут после оформления заявки [3].

2. Банковская процедура получения кредита подразумевает под собой простоту оформления документов, поэтому при подаче заявки обычно клиенту необходимо предоставить лишь 2 документа - паспорт и справка о доходах (не всегда обязательна, но повышает шанс получения более выгодной ставки и условий)

3. В среднем микрозаймы выдаются заемщику на сумму около 30 тысяч рублей. Не стоит говорить о том, что в банках сумма займа будет гораздо больше.

4. Как говорилось в 1 пункте, банковская сфера не стоит на месте и многие финансовые процедуры, будучи повсеместными 15-20 лет назад, сейчас изжили себя. К этому относятся различные дополнительные платежи при взятии кредита. Комиссии, покупка страховки и др. — все это осталось в 2005 году. Лицензированные банки, дорожащие своей репутацией, давно берут лишь процент за пользование заемными средствами.

5. У банка – строгие требования к заемщикам, в то время как микрофинансовые организации не боятся рисковать и давать деньги тем, кто, возможно, их не вернет. При этом банки вправе выдавать в долг любую сумму, в то время как МФО законодательно ограничены потолком в 1 миллион рублей [7].

6. Пункт, который напрямую перекликается с описание принципов работы МФО - проценты. Такие кредитные организации предлагают до 365% годовых или по 1% в день. Для сравнения была составлена таблица, в которой при одинаковой сумме займа и сроке погашения показаны проценты в наиболее популярных банках и МФО. Срок погашение - 1 год, сумма кредита - 100 000 руб, наличными (по состоянию на 17.03.2022):

III. ТЕОРИЯ

Кредитная деятельность руководствуется чувством социальной ответственности, которая включает в себя как обязательства банка, так и обязательства заемщиков. На самом базовом уровне миссия банка заключается в борьбе с бедностью и повышении уровень жизни людей. В связи с этим банки предоставляют кредиты, консультации по вопросам политики, техническую помощь и другие услуги в целях сокращения масштабов нищеты. Банк способствует экономическому росту для создания рабочих мест и расширения возможностей бедных людей воспользоваться этими возможностями. Это заявление о миссии определяет основную этическую ценность банка – искоренение бедности и методы – кредитование, консультации по вопросам политики и техническая помощь, которые будут использоваться для достижения этой этической ценности.

Таблица I

Сравнение выплат в банках и мфо [4,8-11]

Банк	МФО	% по кредиту	Ежемесячный платеж, руб.
Сбербанк		21,9	9 355
Альфа-банк		15,9	9 900
Тинькофф		8,9	8 741
Совкомбанк		9,9	8 787
	Вива деньги		19 405
	Деньги в кармане		10 462,5
	Вивус		16 912

Таким образом, подходя к вопросу о преимуществах банковского кредита над займом в МФО, становится очевидным преобладание первого варианта над вторым. Именно кредитные отношения выступают в роли

одного из ключевых аспектов в осуществлении экономической деятельности внутри и вне страны. Являясь регулятором осуществления создания, распределения и использования доходов, кредит остается важным звеном во многих сферах: инвестиции, основные фонды, государственный сектор и др. Конечно, выбор всегда индивидуален и основан на многих факторах, поэтому порой по определённым причинам потребители склонны обратиться за предоставление средств в МФО, но при этом стоит понимать, что такой вариант более рискован.

Современное банковское дело жизненно важно для функционирования и процветания общества. Банки предоставляют кредиты частным лицам и корпорациям, но делают это после тщательного изучения рисков, которые они берут на себя по отношению к каждому клиенту. Принципы кредитования - основа любой кредитной сделки и инструмент, который позволяет банкам успешно существовать и извлекать прибыль из проводимых операций. Именно с их помощью банки анализируют вышеназванные риски и принимают решение касательно того, насколько выгодна потенциальная сделка.

Эти принципы начинали складываться давно - на первых порах, когда зарождалось понятие “кредита”. Сейчас же они закреплены в законодательстве как на государственном, так и не мировом уровнях [6].

К принципам кредитования относят:

- Возвратность;
- Срочность;
- Дифференцированность;
- Обеспеченность;
- Платность банковских ссуд [12].

Отличительной особенностью кредитования от остальных экономических категорий является понятие “возвратность”. Данное понятие говорит о возможности банка заимствовать деньги только при таких условиях и для целей, обеспечивающих освобождение заемной стоимости и возврат ее в банк. Существование кредита без принципа возвратности невозможно.

Возвратность и срочность предполагают, что банк распоряжается свободными деньгами. Эти средства не принадлежат банку, они подлежат возврату людям, которые вложили эти деньги на депозит.

Срочность предполагает, что занимаемый кредит будет своевременно погашен строго в установленный срок. Срок кредитования — это максимальное время нахождения денег у заемщика. Данные условия прописываются в договоре при заключении кредитной сделки. Если срок или иные оговоренные условия кредита нарушаются, в отношении заемщика накладываются определенные санкции. При вовремя непогашенной задолженности, банк вправе взимать увеличенный процент по кредиту с должника, если заемщик длительное время не выходит на связь и не оплачивает необходимые суммы, дело передают в суд.

Сроки погашения кредитов можно разделить на срочные и до востребования. Срочные кредиты в свою очередь бывают краткосрочными, среднесрочными и долгосрочными. Каждое государство имеет собственную классификацию кредитов по срокам погашения. В России в большинстве случаев выдаются кредиты с малым сроком погашения.

Таблица II

Сравнение классификации кредитов по срочности в разных странах [составлено автором]

Классификация кредитов по срокам	Россия	США	Великобритания	Франция
Краткосрочные	До 1 года	До 1 года	До 3 лет	До 1 года
Среднесрочные	От 1 года до 3 лет	От 1 года до 6 лет	От 3 до 10 лет	От 2 до 7 лет
Долгосрочные	Свыше 3 лет	Свыше 6 лет	Свыше 10 лет	Свыше 7 лет

Дифференцированность кредитования — это подход к заемщикам. При выдаче кредита необходимо проанализировать, сможет ли заемщик вовремя вернуть занимаемые деньги. Чтобы оценить уровень кредитоспособности клиента, необходимо узнать его кредитный рейтинг, платежеспособность. Например, если заемщик берет кредит для развития предприятия, необходимо разобрать финансовое состояние предприятия - сможет ли заемщик вовремя вернуть кредитные деньги банку. Для этого оценивается рентабельность компании, ее ликвидность.

Обеспеченность кредита раскрывает главный риск - непогашенная задолженность. Это предполагает, что, если возникнет непредвиденная ситуация - например, ухудшение финансового состояния, заемщик должен иметь “запасные” источники финансирования. В роли этого могут выступать залоговые обязательства, поручительства третьих лиц за заемщика и банковские гарантии.

Принцип платности подразумевает взятие банковским учреждением определенной комиссии(процента) за пользование заемными средства. Таким образом, ставка, по которой кредит выдается заемщику - цена пользования денежными резервами банка. Без данного принципа банковское дело не имеет экономического смысла, ведь кредитные организации нацелены на получения выгоды (в банках моржи), которая формируется за счет взятия своего процента (фиксированной суммы) с проводимых ими операций.

Кредитная организация сама устанавливает процентные ставки по кредитам и порядок их определения, в том числе определение величины процентной ставки по кредиту в зависимости от того, как будут изменены условия, которые заранее предусмотрены в кредитном договоре, а также процентные ставки по вкладам (депозитам) и комиссионное вознаграждение по операциям. Весь этот процесс проходит по соглашению с клиентами, если федеральным законом не предусмотрено иное [1].

Существует ряд факторов, на основании которых формируется размер банковской “комиссии”:

1. Центральный банк устанавливает ключевую ставку, на которую при осуществлении кредитных операций должны ориентироваться коммерческие банки;
2. Характеристики кредита: срок, сумма, наличие льгот и др.;
3. Экономическое состояние в стране (в кризисные времена ввиду повышенной опасности потери денежных средств банки устанавливают повышенные ставки);
4. Состояние банковских активов на данный момент и др.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Также стоит обратить внимание на тип кредита и его цели. От данной информации будут искаться решения проблем обеспеченности кредита. Если перед нами заемщик с успешной компанией, которая имеет хорошую кредитную историю, то данная проблема с обеспечением кредита имеет один подход. Если мы рассматриваем кредитование маленькой компании, которая только начинает развивать свою деятельность - здесь потребуется другой подход. Без решения вопроса с обеспеченностью кредита, ссуда не может быть выдана.

Кредитование и управление кредитами в настоящее время все чаще становятся основными функциями банковского менеджмента. В равной степени они теперь легко доминируют над интересами регулирующих органов и заинтересованных сторон в том, как управляются банки, чтобы гарантировать, что они всегда остаются ликвидными и устойчивыми. Эти две банковские деятельности осуществляются в рамках общей структуры, которая определяет стратегии портфеля рисковых активов банка. Современная банковская система давно выделила кредит в качестве самостоятельного “игрока” на финансовом рынке, позволяя ему тем самым создать собственную кредитную систему с индивидуальным механизмом функционирования. Случилось это в виду нарастающей с каждым годом важности кредита как финансового инструмента. Использование кредитов неуклонно росло в течение последних нескольких десятилетий, но особенно в начале 2000-х годов. Рост задолженности ускорился с появлением новых форм кредитования, таких как ссуды в день выплаты жалованья и авансы наличными, предоставляемые интернет-банкингом и услугами мобильной связи, в дополнение к традиционным методам жилищного кредитования и потребительского кредитования (например, ипотека, кредитные карты, кредиты в рассрочку). В частности, потребительскими кредитами пользуются молодые люди со всеми уровнями дохода и позициями на рынке труда.

Наш анализ показал, что видение социальной ответственности банков состоит из двух аспектов - социального и финансового. Социальное лицо занимается вопросами равенства, человеческого и социального капитала, а также наращиванием потенциала с помощью процессов участия и “низовых” процессов. Собственный капитал означает обязательство банка направлять свои ресурсы на отдельных лиц и группы, находящиеся в наиболее неблагоприятном положении и подверженные наибольшему риску. Финансовое лицо подчеркивает эффективное использование финансовых ресурсов, а также необходимость сведения к минимуму коррупции и повышения подотчетности. Коррупция является самым большим препятствием на пути развития. Это увеличивает богатство немногих за счет общества в целом, в результате чего бедные страдают от самых суровых последствий, отбирая государственные ресурсы у тех, кто в них больше всего нуждается. Строгие принципы кредитования позволяют избежать подобных финансовых преступлений.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Такую роль кредиту отводят неспроста: он способен оказать сильное влияние на объем денежной массы и её структуру, на платежный оборот, а также на скорость обращения денег. Вызывая к жизни различные формы кредитных денег, он может обеспечить в период перехода России к рынку создание базы для ускоренного развития безналичных расчетов, внедрения их новых способов. Все это повлияет на экономию издержек обращения и на повышение качества и эффективности общественного воспроизводства [6].

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Банки кредитуют физических и юридических лиц при условии, что долг будет возвращен по истечении согласованного периода, как правило, с процентами и сборами. Но кредитование по своей сути рискованно. Погашение кредита и процентов по нему зависит от будущих денежных средств поток заемщиков, и будущий поток денежных средств никогда не может быть определен. Чтобы добиться успеха, банкам необходимо убедиться, что риски, на которые они идут, разумны и контролируются в определенных пределах. Применение общих принципов кредитования нацелено на достижение выше поставленной задачи, ведь именно их удовлетворение говорит о минимизации рисков, связанных с выдачей кредита.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. О банках и банковской деятельности. Ст. 29. Процентные ставки по кредитам, вкладам (депозитам) и комиссионное вознаграждение по операциям кредитной организации: Федер. закон от 2 дек. 1990 г. № 395-1 (ред. от 06.03.2022). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/fb02b8fc9ee99647912daeaf4c0763e64585ad0e/ (дата обращения: 02.03.2022).
2. О потребительском кредите (займе). Ст. 3. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе.
3. URL: https://legalacts.ru/doc/federalnyi-zakon-ot-21122013-n-353-fz-o/?ysclid=lb4pvckyp2618720583 (дата обращения: 02.03.2022).
4. Все ЗаймыОнлайн. URL: https://vsezaimyonline.ru/100000-rublej (дата обращения: 17.03.2022).
5. Опасности и риски микрозаймов «до зарплаты». URL: https://www.eduklgd.ru/zhaloby/opasnosti-i-riski-mikrozajmov-do-zarplaty.html (дата обращения: 02.03.2022).
6. Основные принципы кредитования и основные формы кредита. URL: https://works.doklad.ru/view/4KWY3ihJJp0.html (дата обращения: 02.03.2022).
7. Отличия кредита в банке от микрофинансовой организации. URL: https://www.belovo42.ru/pressa/2021/01/21/19207-otlichiya-kredita-v-banke-ot-mikrofinansovoj-organ.html (дата обращения: 07.03.2022).
8. Альфа-Банк: офиц. сайт. URL: https://alfabank.ru/ (дата обращения: 17.03.2022).
9. СберБанк: офиц. сайт. URL: https://www.sberbank.com/ru (дата обращения: 17.03.2022).
10. Совкомбанк: офиц. сайт. URL: https://sovcombank.ru/ (дата обращения: 17.03.2022).
11. Тинькофф: офиц. сайт. URL: https://www.tinkoff.ru/ (дата обращения: 17.03.2022).
12. Принципы банковского кредитования. URL: https://studme.org/1907080210607/bankovskoe_delo/printsipy_bankovskogo_kreditovaniya (дата обращения: 02.03.2022).
13. Okolelova E. Y., Shulgina L. V., Shibaeva M. A. [et al.]. Digital Economy: Complexity and Variety vs. Rationality // The Essence of Loan Capital and the Model of Effectiveness of Its Turnover. Springer, 2019. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-29586-8_94 (дата обращения: 12.03.2022).
14. Bank Lending / Hong Kong Institute of Bankers (HKIB). John Wiley & Sons, 2012. URL: https://books.google.ru/books/about/Bank_Lending.html?id=Brh3kFrszgQC&redir_esc=y (дата обращения: 12.03.2022).

УДК 338.438:005.1

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ И РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

И. В. Шалимов, Г. А. Бондарева

Государственное образовательное автономное учреждение высшего образования Курской области «курская академия государственной и муниципальной службы», Курск, Россия

I. V. Shalimov, G. A. Bondareva

State Educational Autonomous Institution of Higher Education of the Kursk region "Kursk Academy of State and Municipal Service", Kursk, Russia

Аннотация. Статья посвящена вопросам изучения эффективности использования ресурсного потенциала как важного критерия анализа и оценки результативности деятельности организации. Целью исследования выступает определение направлений анализа полноты и эффективности использования предприятием имеющихся в его ведении ресурсов. Задачами выступает анализ и оценка показателей, характеризующих результативность и эффективность использования ресурсов, определение особенностей использования финансовых систем и ресурсов маркетинга. Методы, применяемые в данном исследовании - сравнение, измерение, абстрагирование. Результатами и выводом станет обобщение итогов исследования, заключающихся в определении степени влияния конкретных показателей на эффективность деятельности предприятия.

Ключевые слова: производство, производственная мощность, прибыль, капитал, ресурсный потенциал.

I. ВВЕДЕНИЕ

Оценка эффективности и результативности использования ресурсного потенциала предприятия занимает одно из центральных мест в системе анализа производственного и экономико-хозяйственного потенциала любого хозяйствующего субъекта.

Ростом дефицита ресурсов представлена актуальность настоящего исследования. Другими факторами, которые подкрепляют «злободневность» данного исследования являются глубокая степень влияния предпринимательских рисков на эффективность деятельности организации, влияние глобализации и интеграции на бизнес-процессы, а также усиление межотраслевой конкуренции.

Изучением вопроса эффективного использования ресурсного потенциала занимались многие известные отечественные и зарубежные ученые-экономисты: А.И. Хорев, Ф.В. Ковалев, В.М. Баутин, Е. Дихтль, И. Ансофф, Г.В, Савцикая, Г.В. Скляренко и др.

Вышеуказанными учеными был поставлен и успешно решен целый комплекс теоретических и практических вопросов повышения экономической эффективности организаций. Ими были применены экономические и статистические методы, календарное и ресурсное планирование, которые позволили ученым оценить показатели экономической деятельности предприятия, разделив их на 2 группы: показатели результативности и показатели эффективности, исследовать влияние, которые оказывают данные показатели на эффективность использования ресурсного потенциала на предприятии.

Аванесов Ю.А., Панкратов Ф.Г., Федько В.П., Першукевич П.М., Антонов Г.Д., Бланк И.А., Маклаков Г.В., Новиков О.А. также занимались вопросами экономического обоснования рекомендаций по повышению экономической эффективности деятельности организации.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Для реализации цели исследования могут быть определены следующие задачи:

1. Рассмотрение теоретических аспектов эффективности и результативности использования ресурсного потенциала на предприятии.

2. Оценка степени влияния показателей результативности на использование ресурсов организации.

3. Оценка степени влияния показателей эффективности использования ресурсов на производственную и экономико-хозяйственную деятельность организации.

Оценка стратегических возможностей любого хозяйствующего субъекта базируется на проведении комплексного анализа механизма хозяйствования и инструментов разработки, производства продукции и способов внедрения ее на целевой рынок.

Уровень спроса, потребительские ожидания и уровень оценки покупателя продукта основывается на вышеуказанных мероприятиях [1].

Четкое разграничение сегментов основной и вспомогательной деятельности предприятия приводит к созданию цепочки стоимости (рисунок 1).

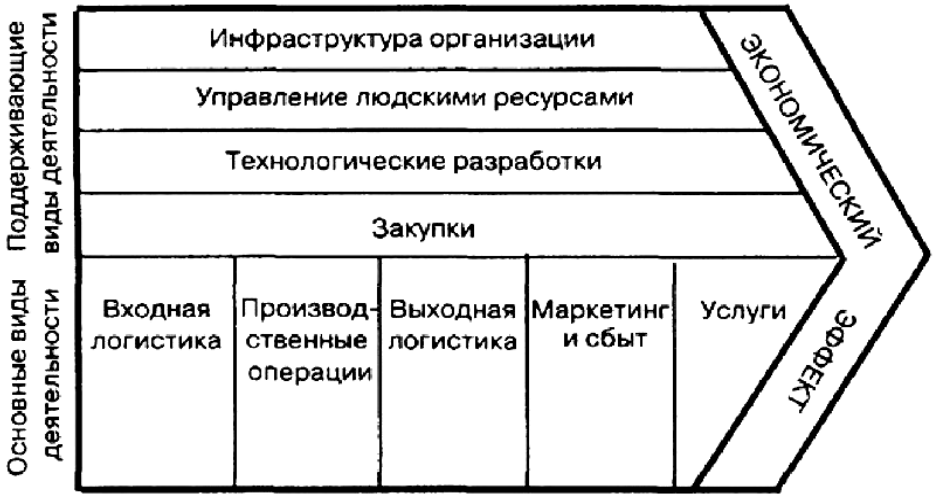


Рис. 1. Цепочка создания стоимости

Основная деятельность может быть подразделена на четыре важных области:

- производственный процесс (возможность предприятия трансформировать имеющиеся ресурсы в готовую продукцию, пригодную для реализации);

- поставки входящего характера (приобретение, складирование, распределение и перераспределение материально-сырьевой базы, конкретных видов ресурса);

- поставки исходящего характера (определенные логистические операции, заключающиеся в погрузке и транспортировке продукции к конечному потребителю);

- маркетинговая деятельность предприятия и реализация (область включает в себя целый спектр маркетинговых услуг, основными из которых являются создание у покупателей благоприятного имиджа продукта, ознакомление его с ключевыми и уникальными потребительскими свойствами и качеством товара).

Основные виды деятельности неразрывно связаны со вспомогательными [2]. Многие пищевые предприятия приоритетной целью ставят совершенствование основного производства, что, в большинстве случаев, представлено недостатком финансовых ресурсов и персонала на вспомогательных производствах.

Недостаточный уровень вспомогательного производства, тем не менее, может существенно сказаться на финансовых результатах деятельности организации, сказавшись на недостаточной загрузке производственных мощностей, высоком уровне себестоимости и низком качестве готовой продукции. 20% общехозяйственных расходов и 50% общепроизводственных включаются в затраты на ремонт используемого оборудования, сооружений, зданий.

Сущность и специфика вспомогательного воспроизводства раскрывается в его функциях:

1. Технологические разработки. Инновационный компонент является одним из наиболее эффективных способов достижения лидирующих позиций предприятием на рынке товаров и услуг.

2. Ключевая роль отводится основным производственным фондам.

3. Особенности материально-технического обеспечения. Ключевыми структурными элементами производственного процесса являются заказ, оплата и доставка необходимого вида ресурсов.

4. Система управления персоналом. Процессы отбора, найма, подготовки, повышения квалификации и переквалификация персонала, а также система стимулирования играют основную роль не только в обеспече-

нии высокоточного и эффективного производственного процесса, но и является основой для создания и функционирования системы менеджмента на предприятии.

Для оценки полноты использования ресурсного потенциала на предприятии необходимо проведение анализа внутренних ресурсов [3].

Данный анализ необходим для проведения в целых определения степени и глубины использования имеющегося ресурсного потенциала предприятия, для выявления путей совершенствования эффективности использования имеющихся на предприятии ресурсов.

В таблице 1 приведена группировка показателей, характеризующих деятельность организации, распределенных по критерию результативности и эффективности.

Таблица 1

Система показателей результативности и эффективности деятельности предприятия

№ п/п	Показатели результативности деятельности предприятия	Показатели эффективности предприятия
1.	Производительность труда	Использование ресурсов маркетинга
2.	Использование производственной мощности	
3.	Прибыль	Использование капитала предприятия
4.	Оборотный капитал	Использование персонала
5.	Материалоемкость	Использование финансовых систем

Результативность деятельности предприятия характеризуется степенью и глубиной использования ресурсного потенциала, независимо от его назначения. Обобщающим показателем результативности деятельности предприятия является прибыль [4].

Этот показатель необходимо рассматривать в совокупности с другими финансовыми показателями - периодом погашения дебиторской задолженности, показателями оборачиваемости и т.д.

Оборотный капитал предприятия представляет собой мощный механизм стратегического планирования потребности в финансовых ресурсах. Поддержание достаточного уровня оборотных средств - важное требование бесперебойного функционирования предприятия.

Полноценная загрузка производственных мощностей и площадок, цехов способна стать инструментом оценки инвестиционных решений при высоких темпах накладных расходов. Это необходимо, в первую очередь, для принятия эффективных оперативных управленческих решений в организации.

Удельный вес материальных ресурсов является наиболее высоким на предприятиях пищевого производства (60-70%). Следовательно, эффективность использования поступающего на предприятие сырья и материалов является одной из самых важных задач, стоящих перед руководством предприятия.

Большое число предприятий относит производительность труда на второй план, заменяя его акцентом на объемах реализуемой продукции, извлечении максимизации прибыли, анализе рыночных цен. В этом, к сожалению, проявляется недальновидность действий руководства организации. Низкая производительность труда неминуемо может привести к банкротству организации.

Производительность труда является показателем экономической эффективности труда всего персонала, его «ценовым проявлением». Снижение производительности труда ведет к неминуемому повышению затрат и, следовательно, к повышению цены, что существенно затрудняет и осложняет сбытовую деятельность предприятия.

Показатели эффективности использования ресурсного потенциала помогают оценить не только эффективность основной и вспомогательной деятельности организации, но и определить, скорректировать использование ресурсов по их назначению.

Использование капитала определяет динамику структуры капитала, размер прибыли и специфику получения средств для осуществления в перспективе капиталовложений.

Гибкость политики использования трудового потенциала на предприятии, система оплаты труда, особенности стимулирования персонала, уровень согласованности между подчиненными и стиль руководства являются структурными компонентами использования персонала. Особенно это актуально в условиях неполной загрузки производственных мощностей предприятия.

Исследование финансовых систем является не только важным элементом калькулирования статей затрат, но и инструментом оценки системы показателей, которые характеризуют финансовое состояние предприятия, выявить сильные и слабые стороны, его конкурентные преимущества.

Важную роль в оценке потенциала предприятия играет использование ресурсов маркетинга. Благодаря оценке объема продаж, приходящегося на одного работника, расходов на рекламу, затрат на реализацию продукции и долю крупных торговых точек в общей длине торговой цепи, аналитики могут проанализировать глубину влияния внешней среды на внутреннюю «жизнь» предприятия, осветить роль стратегического управления всеми бизнес-процессами организации.

Таким образом, оценка ресурсного потенциала предприятия, эффективность и результативность его использования зависит от сочетания и рациональной оценки обеих групп показателей - показателей результативности и показателей эффективности.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Стратегической целью руководства является улучшение ключевых показателей деятельности предприятия - показателей ликвидности и платежеспособности, рентабельности, финансовой устойчивости, оборачиваемости, а также показателей, характеризующих деловую активность предприятия.

Обладая широким ресурсным потенциалом, предприятие в реальной деловой обстановке может характеризоваться высокой конкурентоустойчивостью, занять лидерские позиции на рынке товаров и услуг в конкретном сегменте.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Эффективное использование показателей, характеризующих эффективное использование имеющегося на предприятии ресурсного потенциала, управление ими, корректирование в условиях системы риск-менеджмента и условиях реального хозяйствования резко повышает роль стратегического менеджмента на предприятии. Эти мероприятия требуют серьезной и кропотливой работы, так как среда, в которой действует предприятие, отмечается динамическим характером, а не статичным.

Успех от проведения данных мероприятий зависит от квалификации и уровня образования специалистов, от менеджмента и стиля руководства. Соблюдение данных требований приводит к оптимизации управленческих решений, к их оперативному и эффективному принятию.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Эффективность и результативность использования ресурсного потенциала напрямую влияет на все стадии жизненного цикла продукта, что является главной задачей, которую ставит перед собой предприятие. Финансовыми показателями, которые используются в производственной и экономико-хозяйственной деятельности организации, и чьи значения зависят от степени использования ресурсного потенциала, являются следующие:

- удельная прибыль;
- объем продаж;
- денежные потоки от реализации готовой продукции;
- срок и полнота окупаемости затрат.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ивасенко А. Г. Финансы организаций. Менеджмент и анализ. М.: КноРус, 2020. 304 с.

2. Каблучков Е. Ю., Шалимов И. В. Методические основы исследования факторов экономической эффективности в сельском хозяйстве // Провинциальные научные записки. 2015. № 1. С. 19–22.

3. Филатов О. К., Козловских Л. А., Цветкова Т. Н. Планирование, финансы, управление на предприятии. М.: Финансы и статистика, 2019. 384 с.

4. Шалимов И. В., Телегина О. В., Ковалев С. Ю. Пути повышения финансовой устойчивости предприятий АПК на современном этапе // Актуальные вопросы инновационного развития агропромышленного комплекса: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Курск, 28–29 янв. 2016 г.). Курск: Изд-во Курск. гос. с.-х. акад., 2016. Ч. 1. С. 183–187.

УДК 336.6

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ: АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ УСТОЙЧИВОСТИ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

А. В. Шаповалова[1], **М. С. Чистяков**[2]

[1]*Сибирский университет потребительской кооперации (СИБУПК), Новосибирск, Россия*

[2]*Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации», Владимирский филиал, Владимир, Россия*

Аннотация. В современных геополитических условиях экономическая эффективность предприятий – объект внимания бенефициаров, при этом значение «эффективности» как категории оценки экономического и финансового состояния хозяйствующих субъектов перманентно возрастает. Руководители предприятий анализируют множество показателей в целях обеспечения рентабельности и стабильного положения хозяйственной деятельности. Финансово-кредитные учреждения и инвесторы изучают финансовые отчеты для уменьшения фактора риска по кредитным обязательствам резидентов экономической деятельности. Федеральная налоговая служба анализирует финансовую документацию в соответствии с налоговым и иным законодательством, что обеспечивает пополнение бюджета всех уровней.

Ключевые слова: финансовое состояние предприятия, анализ финансового состояния, финансовая устойчивость, платежеспособность, пути улучшения, ликвидность, методики анализа финансового состояния.

I. ВВЕДЕНИЕ

Оценка финансового состояния предприятия понимается как процесс изучения особенностей финансового положения, которые развивают деятельность предприятия и его основных результатов финансового функционирования, чтобы выявить возможные резервные источники, способные улучшить текущее положение и возможности для его улучшения в будущем [3, с. 80].

За последнее время экономические санкции приобрели тенденцию бессистемно вводимых одними странами и их коалициями против других, прежде всего – против России, являющейся сегодня лидером по количеству введенных рестрикций, охватывающих не только экономическую, но и социальную, информационную и даже гуманитарную сферу.

Актуальность статьи обусловлена необходимостью улучшения качества оценки финансового состояния хозяйствующих субъектов для выбора финансирования и кредитной политики, поддержания конкурентоспособности и нивелирования кризисных проявлений.

В связи с усугублением мировой экономической обстановки для оптимально обоснованной деятельности организаций необходимы аргументированные хозяйственные решения на базе оценки финансового состояния, а также качественная оценка процессов хозяйственно-финансовой деятельности. Возрастает важность определения критериев финансового состояния организации, так как его показатели актуальны не только для руководства предприятий, но и для их партнеров.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью исследования является рассмотрение оценки финансового состояния предприятий: анализ как инструмент устойчивости в условиях нестабильной экономической ситуации и разработка направлений оптимизации.

Для достижения цели поставлены задачи:

– характеристика сущность оценки финансового состояния предприятий;

– рассмотрение особенностей оценки как критерия финансового состояния;

– разработка направлений оптимизации оценки финансового состояния предприятий.

Объект исследования – финансовое состояние предприятий.

Предмет исследования – оценка финансового состояния предприятий в условиях турбулентной экономической среды.

За последнее время экономические санкции приобрели тенденцию бессистемно вводимых одними странами и их коалициями против других, прежде всего – против России, являющейся сегодня лидером по количеству введенных рестрикций, охватывающих не только экономическую, но и социальную, информационную и даже гуманитарную сферу.

Экономическое давление негативно сказываются на государственном уровне, а также на отдельно взятом субъекте хозяйствования. В условиях нестабильной экономической ситуации в связи с экономическим давлением предприятиям необходимо стабильное финансовое положение, выраженное в оптимальном денежном и материальном ресурсе для обеспечения конкурентного непрерывного производства и реализации товаров, продуктов и услуг.

В условиях экономической неопределенности задачей менеджмента предприятий является сохранение стабильного и устойчивого финансового состояния. Важно оценить положение на рынке, а также финансовое положение партнеров и конкурентов при принятии различных управленческих решений. Показатели для оптимального финансового состояния – финансовая устойчивость и платежеспособность.

Финансовое состояние – способность или неспособность предприятия осуществлять деятельность за счет своих финансовых ресурсов, а также способность вовремя отвечать по своим обязательствам перед контрагентами [2, с. 47].

По мнению экономиста А.Д. Шеремета финансовое состояние – обеспеченность организации финансовыми ресурсами и их эффективное использование, а также способность предприятия отдавать долги вовремя и в полном размере [7, с. 131]. Г.В. Савицкая считает, что это экономическая категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию на фиксированный момент времени [6, с. 41].

Последствия финансово-экономического кризиса проявляются в обострении проблемных тенденций ликвидности организаций, а несостоятельность доступа к кредитам в условиях недостатка собственных средств коммерческой структуры приводит к тому, что организации затрудняются обслуживать обязательства перед банками [5, с. 26]. Кроме того, снижается рентабельность предприятий.

Одним из инструментариев по стабилизации экономического положения предприятий – анализ финансового состояния для оптимизации собственного капитала и обеспечения устойчивого положения как важной составляющей предприятия в системе принятия управленческих решений. Анализ способствует определению сути финансовых процессов, финансового положения, выявлению производственных резервов, а также разработке мер по их применению, научно аргументированным форсайт-проектам. Важнейшая составная часть финансового анализа – формирование расходов и планирование суммы прибыли, а также реализация инвестиционных проектов.

Финансовый анализ делится на внешний (определение перспектив развития) и внутренний (обнаружение резервов и разработка путей решения по повышению прибыльности, собственного капитала и финансового состояния предприятия, а также снижения финансовых рисков) [7, с. 66].

Финансовое состояние предприятия зависит от следующих факторов, представленных на рисунке 1:

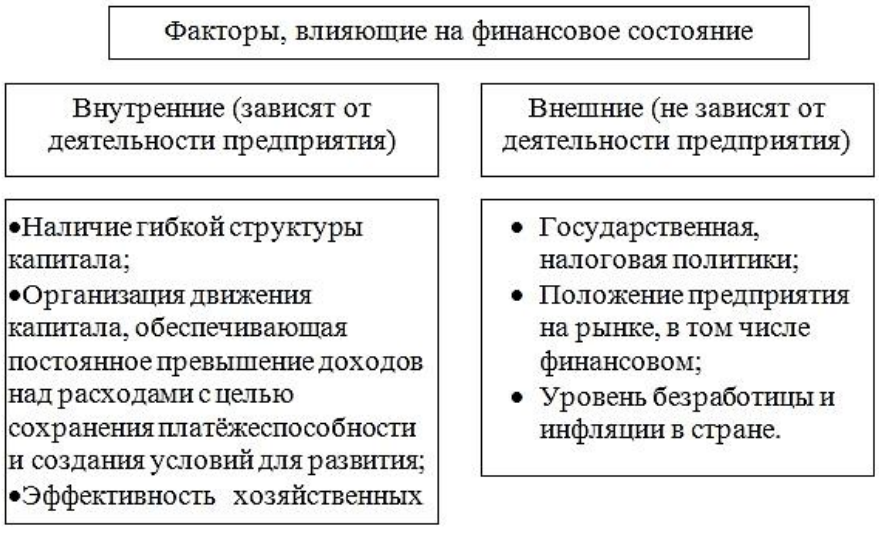


Рис. 1. Факторы, влияющие на финансовое состояние [7, с. 66]

Таким образом, анализ способствует становлению инновационности предприятий, поиску привлечения новых ресурсов, которые содействуют улучшению продуктов и повышают конкурентоспособность.

В условиях турбулентности внешнего экономического средового фона для обеспечения «выживания» организации менеджменту необходимо оценить темпы развития с позиции финансового обеспечения, выявить доступные источники финансирования, способствуя тем самым внутренней устойчивой конъюнктуре.

Успешное функционирование обеспечивается обоснованными решениями, основанными на анализе финансового состояния и качественной оценке финансово-хозяйственной деятельности. Перманентно возрастает релевантность оценка финансового состояния организации, оптимально отражающей результаты деятельности, способствующей определению предпосылок развития в ближайшей перспективе [4, с. 32].

Экономические отношения являются объектом интереса широкого круга резидентов рынка. Таким образом, все большее значение приобретает оценка экономической эффективности. Анализ проводится с целью выявления эффективности организации, рационального применения финансовых и материальных ресурсов, а также выявления и устранения негативных тенденций, прямо или косвенно влияющих на хозяйственную деятельность предприятия. Информационная база финансового анализа – данные бухгалтерского учета и отчетности.

Элементы анализа финансового состояния предприятия на рисунке 2 [3, с. 64].

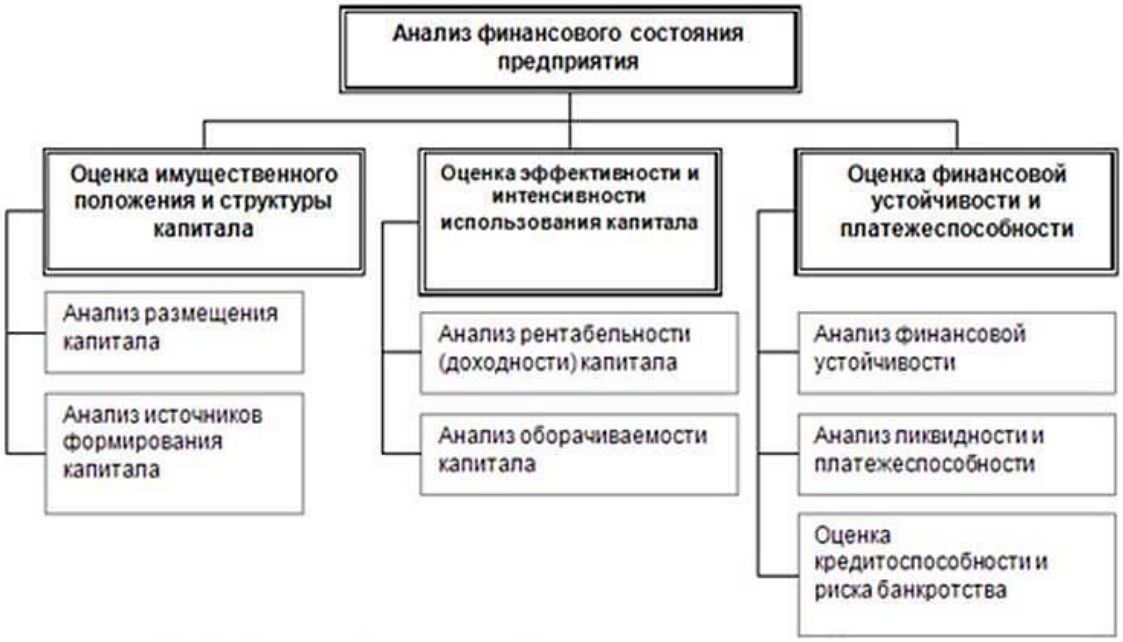


Рис. 2. Элементы анализа финансового состояния предприятия

Таким образом, финансовое состояние характеризует обращение капитала предприятия, эффективность управления активами, способность предприятия привлечь из вне необходимые финансовые и иные ресурсы, выраженные в системе показателей.

Основная проблема при оценке финансового состояния предприятий заключается в отсутствии универсальной методики [2, с. 56].

Однако, широко используются имеющиеся методические рекомендации, рассматривающие разные группы показателей, коэффициентов и критериев.

Итак, чтобы улучшить финансовое состояние предприятия, необходимы следующие меры:

1. сокращение себестоимости продукции, производимой предприятием [1, с. 547];

2. повышение эффективности управления и введение различных видов стимулирования персонала;

3. ротация конкурентной продукцию и предоставление новых услуг потребителям [1, с. 547].

Иные пути улучшения финансового состояния предприятий рассмотрены на рисунке 3.

Итак, прагматичная разработка мероприятий позволит достичь хозяйствующему субъекту высокой доходности при периодическом анализе финансового положения.



Рис. 3. Пути улучшения финансового состояния предприятий

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Оценка финансового состояния предприятия понимается как процесс изучения особенностей финансового положения деятельности организации и его основных показателей функционирования в целях выявления возможных резервных источников, способных улучшить текущее положение и способствующих потенциальной возможности улучшения на ближайшее перспективу.

Основной проблемой при оценке финансового состояния предприятия является отсутствие единой методики, универсальной для любого хозяйствующего субъекта.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современных экономических реалиях предприятиям необходима уверенность в экономической дееспособности партнеров. Имеется значительное количество моделей прогнозирования финансового состояния предприятий, но эта дилемма не является решенной. Во-первых, внедрение различных моделей приводит к неоднозначным, разнонаправленным и разнотрактуемым результатам. Во-вторых, прогностическая точность моделей при анализе финансового состояния существенно понижается при использовании сведений за пару лет до банкротства. В-третьих, модели используют данные за один год и не учитывают изменения показателей за несколько лет. Поэтому главная задача – создание методики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Амирова С. А. Пути улучшения финансового состояния предприятия // Актуальные вопросы современной экономики. 2022. № 3. С. 542–547.

2. Виноградская Н. А. Диагностика и оптимизация финансово-экономического состояния предприятия: финансовый анализ: практикум. М.: Изд-во МИСиС, 2018. 118 с.

3. Енюков И. С. Финансовый анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2018. 224 с.

4. Ефимова О. В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учеб. М.: Омега-Л, 2018. 349 с.

5. Любушин Н. П., Бабичева Н. Э. Финансовый анализ. М.: Эксмо, 2018. 336 с.

6. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности: учеб. Минск: Республ. ин-т профессионального образования (РИПО), 2019. 373 с.

7. Шеремет А. Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. М.: Инфра-М, 2022. 374 с.

Секция 2. УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ, СЕРВИСНЫЙ И ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ТРАНСФОРМИРУЕМОЙ ЭКОНОМИКИ

УДК 338.439

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ХРАНЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

А. Н. Бабаков, А. А. Деркач
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, г. Краснодар, Россия

A. N. Babakov, A. A. Derkach
Krasnodar Branch of Plekhanov Russian University of Economics, Krasnodar, Russia

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы создания подходящих условий для лучшей сохраняемости продукции в течение обусловленных сроков хранения как один из путей равномерного и бесперебойного обеспечения населения страны продовольствием надлежащего качества и необходимого ассортимента. Показано влияние логистики на длительность и эффективность хранения продовольственных товаров.

Ключевые слова: сохраняемость продукции, продовольственные товары, углеводы.

Хранением, в свою очередь является один из этапов от выпуска продукции до ее потребления.

Основной задачей при хранении является сохранение продовольственных товаров без потери, а также при минимальных затратах труда и материальных средств.

Процессы, которые происходят в продовольственных товарах во время хранения продукции бывают: химическими, физическими или биохимическими.

Рассмотрим химические процессы, они протекают в пищевой продукции без участия ферментов. Например, бомбаж консервов, обесцвечивание ликероводочных изделий и т.д.). Химический бомбаж консервированной продукции появляется при взаимодействии кислоты продукции с банкой; при выделении водорода происходит вздутие крышек банки. Замедление скорости химических происходит при помощи снижения температуры, использованием упаковки, которая, в свою очередь, будет защищать продукцию от взаимодействия со светом и воздухом.

Физические процессы влияют на активность химических и биохимических процессов, имеют возможность изменять состояние и свойства продукции. Одними из основных физических изменений являются высыхание и увлажнение, которые, в свою очередь приводят к изменению массы продукции. Механические воздействия, такие как бой яиц, повреждение плодов, овощей, деформация хлебобулочных изделий и многое другое, понижают качество продукции и возникают при погрузочно-разгрузочных работах. Чтобы избежать механического воздействия необходимо более бережно относиться с продукцией при перевозке и разгрузке.

Биохимические процессы в продукции могут быть вызваны при помощи жизнедеятельности микроорганизмов, их развитие в продуктах может вызвать брожение, плесневение, гниение. Рассмотрим более подробно данные процессы.

Брожение возникает в процессе ферментативного расщепления органических веществ, преимущественно углеводов, без использования кислорода. Наиболее часто возникающими видами брожения являются: спиртовое, молочнокислое, маслянокислое, уксуснокислое и т.д.

Во время плесневения на пищевой продукции во время хранения возникает развитие плесневых грибов. Ферменты, содержащиеся в плесневых грибах, могут расщеплять углеводы, белки, жиры. На поверхности продукции (мясо, рыба, хлеб, овощи, фрукты и т.д.) происходит образование пушистого налета, который может иметь белый, зеленый или серый цвет, идет накопление ядовитых веществ, возникает неприятный запах.

Под гниением понимается размножение белков действием гнилостных микроорганизмов. В результате чего могут образоваться ядовитые для организма людей вещества, появляется неприятный запах. Данному процессу чаще всего подвергается продукция, богатая водой и белками (яйца, мясо, рыба).

При хранении продовольственной продукции необходимо также соблюдать санитарный режим, постоянно проверять продукты на зараженность вредителями и не забывать про дезинфекцию складских помещений, так как порчу товаров могут вызвать жуки, мухи, грызуны и т.д.

Основными факторами, влияющими на изменение качества пищевой продукции:

— температура воздуха;

— влажность;

— состав воздуха и вентиляция;

— освещение;

— товарное соседство;

— порядок укладки товаров;

— тара и упаковка.

Срок годности продовольственных товаров разнообразен, он может измеряться в часах, месяцах и годах. Это зависит от состава продукции и ее свойств. На рисунке 1 представлены разные категории товаров и сроки их годности.



Рис. 1. Сроки годности продукции

Для усовершенствования способов производства, распределения и потребления продовольствия необходимо внедрять инновационные технологии, которые помогают модернизировать уже имеющиеся продовольственные системы.

Первым можно отметить приложения, позволяющие максимально увеличить продажи пищевых продуктов. На сегодняшний день у каждого человека есть телефон, в котором, соответственно, есть множество приложений, которые позволяют быстро и легко доносить необходимую информацию для пользователей. Конкретно во время пандемии начла расти популярность приложений, которые помогают в решении проблем с продовольственными потерями и пищевыми отходами. В некоторых странах также началась разработка приложений по продаже и транспортировке продукции через интернет.

Далее можно использовать новые технологии 3D-моделей. Продовольственная и сельскохозяйственная организации ООН (ФАО) занимается разработкой инновационных технологий по повышению эффективности послеуборочной обработки и переработки продовольственного сырья. Использование 3D-печати является одним из таких решений. ФАО предлагает скачать и использовать размещенные в открытом доступе Интернете 3D-модели инновационного оборудования и инвентаря.

Также можно отметить инновационное использование простых средств. Новаторские решения не всегда предполагают использование новых технологий – это могут быть и новые подходы к использованию простых методов. Большинство проектов ФАО обеспечивают снижение потерь продовольствия на этапе сбора урожая за счет отказа от традиционных методов и замены их более модернизированными.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баздырев Г. И., Сафонов А. Ф., Андреев Ю. М. [и др.]. Агробиологические основы производства, хранения и переработки продукции растениеводства: учеб. пособие. М.: Инфра-М, 2019. 724 с.

2. Неверова Е. В. Организация хранения товаров. М.; Вологда: Инфра-Инженерия, 2021. 136 с.

3. Николаева М. А, Резго Г. Я. Хранение продовольственных товаров: учеб. пособие. М.: Форум, 2019. 303 с.

4. Рыжиков С. С. Товароведение продовольственных товаров: учеб. пособие. Ростов-на-Дону: Феникс, 2020. 347 с.

5. Три эффективных способа использования инноваций для снижения продовольственных потерь и пищевых отходов. URL: https://www.fao.org/fao-stories/article/ru/c/1309708/ (дата обращения: 28.11.2022).

УДК 336.71

БИЗНЕС-АРХИТЕКТУРА ЭКОСИСТЕМЫ БАНКА КАК ЕДИНОЕ ПРОСТРАНСТВО ИНТЕГРАЦИИ ЕГО СЕРВИСОВ

Е. А. Балашова

Омский государственный технический университет, г. Омск, Россия

E. A. Balashova

Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. Научная статья посвящена исследованию особенностей развития экосистем, бизнес-архитектур как единого пространства для управления сервисами и их интеграции. В работе рассмотрены глобальные тренды функционирования банковской системы; представлен список сервисов экосистем; изучена модель построения структуры экосистемы банка в розничном сегменте; раскрыты этапа формирования бизнес-архитектур. В настоящий момент существует ряд национальных компаний-лидеров в конкурентной среде которые строят экосистемные бизнес-модели на российском рынке. Для грамотного выстраивания современной экосистемы требуется глобальная трансформация и модернизация операционных процессов банков, их ориентации на новые ценности и потребности клиентов. В банковской практике данные процессы трансформации имеют свой термин диджитализация и её изменения затронут, прежде всего три основных направления: каналы обслуживания клиентов, операционные процессы и бизнес-модель.

Ключевые слова: кредитное учреждение, банк, экосистема, финансовая система, банковское обслуживание, анализ, бизнес-архитектура, управление, сервис экосистем.

I. ВВЕДЕНИЕ

Россия – одна из немногих стран с сильными национальными экосистемами, которые могут составить достойную конкуренцию международным компаниям по всем направлениям деятельности. Однако российским экосистемам будет все же труднее поддерживать свое технологическое лидерство и выдерживать конкуренцию с интернет-гигантами. На сегодняшний день Россия входит в число лидирующих стран по многим параметрам цифровизации – инновации и онлайн-сервисы востребованы населением, есть технологические и инфраструктурные условия для их ускоренного развития. Актуальность данного исследования обуславливается тем, что в конкурентной среде сегодняшнего времени всего несколько крупных национальных банков строя экосистемные бизнес-модели на российском рынке, отдают значительное преимущество роли финансового сектора в формировании экосистемы, а технологические компании встраивают финансовые услуги в свою экосистемную продуктовую линейку.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

На сегодняшний день не существует четкого определения банковской экосистемы, потому что каждый банк вкладывает в него собственное понимание. Но одним из ключевых факторов формирования экосистем являются клиенты. Главная суть экосистемы банка − в нужное время предложить человеку то, что удовлетворит его потребности.

Для каждого из множества компонентов экосистемы разрабатывается своя бизнес-архитектура в отдельной базе данных. Так как каждый сервис, входящий в экосистему, например, предоставление услуг сотовой связи, интернет-магазины, медицина, страхование, обычно является отдельной компанией (юридическим лицом) со своей стратегией, бизнес-процессами, организационной структурой и т. п. Из большого количества сервисов составляют исключение только небольшие компании.

Для рассмотрения сложившейся проблемы следует выделить следующие задачи:

- определить основные компоненты банковской экосистемы;
- выделить этапы создания бизнес-архитектур;
- описать инструменты для разработки экосистемы банка.

III. ТЕОРИЯ

Период 2020-2021 годов повлёк за собой ряд изменений в процессах цифровизации российских банков. В связи с этим были определены следующие глобальные тренды функционирования банковской системы:

1) рост операций онлайн;
2) упрощение доступа к услугам банка;
3) широкое применение технологий искусственного интеллекта;
4) рост потребности в ИТ-специалистах;
5) развитие экосистем.

В условиях высокой конкурентной борьбы со стороны технологичных компаний банки вынуждены искать новые варианты привлечения дохода. Используя технологии, обеспечивающие обработку данных клиентов и их счетов, банки стали использовать ее для создания и развития экосистемы — партнерских сервисов с посредническими компаниями и клиентами.

Сегодня банковская сфера стремится к созданию экосистем вокруг собственных брендов. Сейчас нет единого четкого определения банковской экосистемы, потому что каждый банк вкладывает в него собственное понимание. Одним из ключевых факторов формирования экосистем являются клиенты. Именно от их потребностей решается то, какие продукты необходимо создавать и какие партнерства для этого заключать.

Ключевые сервисы и компоненты экосистемы, представленные в таблице 1 являются главным конкурентным преимуществом. Для крупных экосистем они должны принадлежать банку (полностью или в рамках контрольной доли участия). Для средних региональных экосистем сервисы могут включаться на условиях стратегического партнёрства, без участия банка в собственности.

Таблица 1

Список сервисов экосистем

№	Сервис	Крупная экосистема	Средняя экосистема
1.	**Фундаментальные и самые затратные сервисы**		
1.1.	Телекоммуникация, оператор сотовой связи	+	-
1.2.	Интернет	+	-
1.3.	Сервис Такси	+	-
1.4.	Сервис Картографический (геоинформационный)	+	-
1.5.	Курьеры, почта	+	-
2.	**Стандартные сервисы**		
2.1.	Страховая деятельность	+	+
2.2.	Доставка еды и продуктов	+	+
2.3.	Культурно-досуговый сервис (кино, музыка)	+	-
2.4.	Сервис Образование	+	+
2.5.	Медицина	+	+
2.6.	Сервис Устройства и ассистенты	+	-
2.7.	Сервисы для недвижимости (уборка, дизайн, ремонт)	+	+
2.8.	Интернет-магазины	+	+
2.9.	Единая подписка на все сервисы	+	+

Окончание табл. 1

№	Сервис	Крупная экосистема	Средняя экосистема
3.	**Сервисы для бизнеса**		
3.1.	Сервис Облачная бухгалтерия	+	+
3.2.	Сервис ЭДО ЭЦП с контрагентами	+	+
3.3.	Подключение к Marketplace и SmartMarket (онлайн площадка для продажи продуктов и услуг, в том числе через приложения партнёров)	+	+
3.4.	Сервис Безопасность	+	+
3.5.	Облачные ИТ-сервисы	+	+

Одним из ключевых факторов формирования экосистем являются клиенты. Именно от их потребностей решается то, какие продукты необходимо создавать и какие партнерства для этого заключать. Поэтому банки становятся более чуткими к изменениям в поведении людей: замечают, как они общаются, совершают покупки, ведут бизнес – и реагируют на это.

Построение финансовой экосистемы требует от кредитных организаций выхода за рамки предоставления основных финансовых услуг[1]. Для построения экосистемы необходимо понимать потребности и нужды целевого клиентского сегмента, которые представлены на рисунке 1.

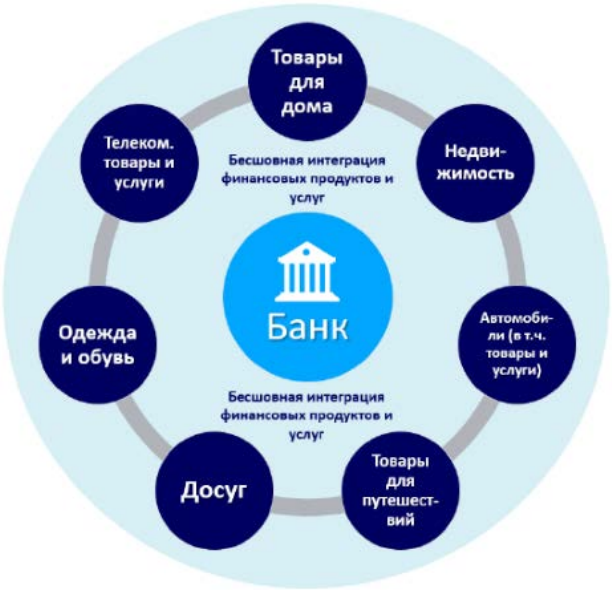


Рис. 1. Пример построения структуры экосистемы банка в розничном сегменте

Главная суть экосистемы банка − в нужное время предложить человеку то, что удовлетворит его потребности. К примеру, есть продукт, который предлагает ведение бухгалтерии и использование банковских услуг в рамках одной платформы, что чрезвычайно удобно. Не менее важным является взаимодействие со своим клиентом. Многие банки Российской Федерации постепенно осуществляют плавный переход с мобильного или интернет-банка к созданию универсального и оперативного помощника-чат-бота, который любое время суток осуществляет диалог с клиентом для того чтобы решить их проблему. Основная цель банков выстроить вокруг себя экосистему заключается в получении дополнительного источник дохода. Помимо традиционных финансовых услуг (денежных расчетов, кредитов и вкладов) кредитные организации постепенно расширяют свой арсенал нефинансовыми сервисами и продуктами [2]. Например, доставка еды, продажа концертных билетов, ремонт квартир, предоставление услуг сотовой связи − и банки зарабатывают на этом. На сегодняшний день в российские банки уже внедряют и используют такие продукты и услуги как: предоставление юридических консультаций, автострахование, страхование имущества, интернет-магазины, идентификация, киберзащита, налоговый консалтинг, оформление, регистрация и сопровождение сделок с недвижимостью, электронные цифровые подписи, услуги риелтора по выбору недвижимости, рынок b2b, услуги сотовой связи [3].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

На сегодняшний день всего есть два варианта построения крупной экосистемы (на федеральном уровне):

1) Объединение крупной телекоммуникационной компании плюс интернет-компании, которые в дальнейшем создают или, возможно, приобретают дополнительные сервисы, а далее создают всё необходимое для работы банка и получают банковскую лицензию.

2) Масштабная кредитная организация создаёт или приобретает все необходимые сервисы из Табл. 1. Конечно, это длительный процесс, который требует значительных временных затрат и будет осуществляться в множество этапов.

К ключевым особенностям экосистемы банка относятся:

1. Объединение между собой сервисов, общие интерфейсы, сквозные идентификаторы пользователей, наличие супер-приложения (superapp), объединение «личных кабинетов» из разных сервисов.

2. Исследование и управление большими данными (Big Data), системы искусственного интеллекта функционируют для того, чтобы взаимодействие с клиентом было предельно персонифицированным, удобным, высококачественным и многофункциональным.

3. Наличие единой подписки на все сервисы экосистемы. Это удерживает клиента и делает экономически неэффективным использование сервисов от сторонних экосистем и компаний.

4. Финансовая модель экосистемы подразумевает, что величина прибыли всей экосистемы значительнее дохода отдельного сервиса. Это означает, что какой-то сервис может вносить существенный вклад в удержание клиента в экосистеме и увеличение лояльности, но при этом не иметь высокой доходности.

Для каждого из множества компонентов экосистемы разрабатывается своя бизнес-архитектура в отдельной базе данных. Так как каждый сервис, входящий в экосистему, например, предоставление услуг сотовой связи, интернет-магазины, медицина, страхование, обычно является отдельной компанией (юридическим лицом) со своей стратегией, бизнес-процессами, организационной структурой и т. п. из большого количества сервисов составляют исключение только небольшие компании[4].

Бизнес-архитектура экосистемы в целом представляет собой управленческую надстройку, основная цель которой — это единое управление всеми сервисами и их интеграция.

Исходя из вышесказанного, выделяются три этапа [5]:

Этап 1. Разработка бизнес-архитектуры банка (стандартный банковский бизнес).

Этап 2. Разработка бизнес-архитектур сервисов, которые включаются в экосистему.

Этап 3. Разработка бизнес-архитектуры экосистемы банка (т. е. объединение всех сервисов и управление ими).

На рисунке 2 наглядно представлена бизнес-архитектура экосистемы банка.



Рис. 2. Бизнес-архитектура экосистемы банка

Таким образом ключевыми компонентами бизнес-архитектуры экосистемы являются:

- Стратегия (включает: стратегические карты, дерево целей и показателей (например, по BSC- сбалансированная система показателей /KPI- ключевые показатели эффективности).
- Дерево бизнес-процессов и графические модели.
- Организационная структура, ролевая модель.
- Библиотека документов (включает: нормативные документы и формы документов, положения о подразделениях и должностные инструкции, технические документы и т.п.).
- Дополнительные модели: операционные риски, проекты, продукты и услуги, материальные ресурсы и т. п.
- Большим самостоятельным блоком является ИТ-архитектура экосистемы, которая должна быть проработана максимально качественно и детально.

Таким образом наши наблюдения позволяют утверждать, что банки выходя за пределы своей основной деятельности, создают экосистемы различных масштабов и интегрируясь с максимальным количеством компаний [6].

Мир движется к усложнению систем, и в то же время границы среди привычных нам сфер стираются. Уже не только финтех компании выходят за привычные рамки своей отрасли; активно расширяет свои границы ритейл, который запускает собственные банковские продукты[7].

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

На сегодняшний день национальные банки, интегрируясь с компаниями, создают различные сервисы и платформы с целью предоставления своим клиентам как финансовых, так и нефинансовых услуг. Существуют разнообразные модели формирования экосистем: объединение банков в рамках открытых интерфейсов программирования приложений, финансовые группы, синхронизация банковской инфраструктуры с клиентской, маркетплейс. Сформированы главные направления формирования экосистем: сервисы для предпринимателей и организаций, сервисы, оказывающие помощь по подбору недвижимости и управлению личными финансами, платформа по оказанию госуслуг, сервис для розничной торговли, а также автосервисы.

С помощью усовершенствования своего опыта, выстраивая персонализированное взаимодействие с клиентом в режиме онлайн, а также с помощью развития продуктов и сервисов банковской экосистемы, банки смогут не только сохранить свой бизнес на рынке, но еще и увеличить свою прибыль.

Для достижения данной цели банкам потребуется кардинальная трансформация, а именно переход в цифровой формат. С помощью современных технологий у банка появится возможность повысить эффективность своих услуг за счет их комплексности и сокращения операционных издержек.

Наиболее востребованным в России программным продуктом для разработки бизнес-архитектур является система Business Studio. В комплексном взаимодействии также внедряются следующие дополнения[8]:

1. «Комплексная типовая бизнес-модель банка (финансовой организации)». Данная модель предоставляет следующие практические выгоды и возможности:

- Существенно уменьшить затраты финансов и сэкономить временные ресурсы на реализацию проектов и задач организационно-корпоративного развития. Например, разработка и реализация стратегии, описание и оптимизация бизнес-процессов, построение бизнес-архитектуры в целом, оптимизация численности персонала и много другое.
- Благодаря Бизнес-модели значительную долю проектов и количество задач можно выполнить собственными силами, т. к. в ней содержатся простые и понятные методики для каждой области менеджмента, подкреплённые примерами.
- Быстрое и высококачественное обучение новых сотрудников следующих специальностей: бизнес-аналитики, методологи, ИТ-специалисты.
- Значительно сократить риски при построении систем управления и реализации проектов за счёт уже апробированных и зарекомендовавших себя на практике решений.
- Внедрить в деятельность банка новые идеи и успешные практики из банковской отрасли, посмотреть на своём компьютере, как работают конкуренты со всеми деталями и подробностями.

2. Модуль «Process Optimizer: система анализа и оптимизации бизнес-процессов». Успешно справляется с выполнением следующих задач по оптимизации бизнес-процессов и развитию банка:

- Оптимизировать бизнес-логику процессов. Выявить наиболее проблемные бизнес-процессы, найти в них слабые места и причины неэффективности.

- Улучшить показатели KPI по следующим группам: время выполнения и трудоёмкость бизнес-процессов, результативность (объём выхода бизнес-процессов), операционная эффективность, качество, издержки (себестоимость бизнес-процессов), фрагментарность.
- На основе расчёта численности сотрудников (исполнителей) оптимизировать трудовые ресурсы бизнес-процессов.
- На основе сравнительного анализа и поддержки принятия решений выбрать лучшие сценарии выполнения бизнес-процессов
- Разработать планы по развитию и повышению уровня зрелости бизнес-процессов.

Из данного раздела мы видим, что экосистема дает возможность создавать технологии и предоставлять услуги далеко за пределами банковского сектора. При этом развитие ИТ-технологий – главный фактор в формировании банковских экосистем[9].

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведя основное исследование по вопросам формирования бизнес-архитектур экосистем банков в РФ, можно сделать определенные выводы.

На локальном рынке Российской федерации собраны сильные национальные экосистемы, которые по всем направлениям деятельности составляют высокую конкуренцию международным экосистемам. Следует отметить, что экосистемам на Российском рынке будет довольно тяжело поддерживать на высоком уровне свое лидерство в плане технологий и выдерживать конкурентные отношения с интернет-гигантами, а именно при наличии регуляторного и налогового арбитража в пользу глобальных компаний на рынке[10].

Для грамотного выстраивания современной экосистемы требуется глобальная трансформация и модернизация операционных процессов банков, их ориентации на новые ценности и потребности клиентов. В банковской практике данные процессы трансформации имеют свой термин диджитализация и её изменения затронут, прежде всего три основных направления: каналы обслуживания клиентов, операционные процессы и конечно же бизнес-модель.

Следовательно, в банковскую практику необходимо внедрять новые цифровые технологии с целью обслуживания своих клиентов через удаленные каналы в круглосуточном режиме, а также кардинально перестраивать все операционные процессы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Центральный банка РФ: сайт. URL: http://www.cbr.ru/ (дата обращения: 15.05.2022).
2. Концепция общего регулирования деятельности групп компаний, развивающих различные цифровые сервисы на базе одной «экосистемы». URL: https://www.economy.gov.ru/material/ file/cb29a7d08290120645a871be41599850/ koncepciya_21052021.pdf (дата обращения: 15.05.2022).
3. Седашов Н. Как российские компании строят экосистемы: что происходит и чего ожидать? URL: https://vc.ru/u/163530-nikolay-sedashov/105427-kak-rossiyskie-kompanii-stroyat-ekosistemy-chto-proishodit-i-chego-ozhidat (дата обращения: 15.05.2022).
4. Кобылко А. А. Экосистемные компании: границы и этапы развития // Экономическая наука современной России. 2019. № 4 (87). С. 126–136.
5. Особенности российских экосистем. URL: https://ict.moscow/news/ russian-ecosystems/ (дата обращения: 15.05.2022).
6. Косарев В. Е., Иараджули Г. М. Экосистема как новая модель развития банка // Финансовые рынки и банки. 2020. № 1. С. 58–62.
7. Пешнев-Подольский Д. Тренды развития банковских экосистем. 2020. URL: https://vc.ru/bcs-bank/108343-trendy-razvitiya-bankovskih-ekosistem (дата обращения: 15.05.2022).
8. Романов В. П., Ахмадаев Б. А. Моделирование инновационной экосистемы на основе модели «хищник-жертва» // Бизнес-информатика. 2019. № 1 (31). С. 7–17.
9. Розенберг Г. С. Бизнес-экосистемы: что стоит за словами и куда это ведет? // Биосфера. 2020. Т. 12, № 4, С. 161–167.
10. Бодрунов С. Д. Реиндустриализация в условиях новой технологической революции: дорога в будущее // Управленец. 2019. Т. 10, № 5. С. 2–8.

УДК 338.46:332.87

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ УПРАВЛЕНИЯ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТЬЮ

Э. С. Вагнер, А. А. Бекбулатова, С. В. Тарута
Омский государственный технический университет, г. Омск, Россия

E. S. Vagner, A. A. Bekbulatova, S. V. Taruta
Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация: В данной статье рассматривается опыт управления жилой недвижимостью в зарубежных странах, на основе которого формулируются предложения по повышению качества, удобства и прозрачности оказания услуг и работы управляющих компаний в Российской Федерации. Актуальность управления жилой недвижимостью заключается в том, что эффективное управление способствует предоставлению более качественных и своевременных жилищных и коммунальных услуг всем жителям дома. Сделан вывод о том, что эффективное управление недвижимостью содействует созданию более безопасных и благоприятных условий комфортного проживания каждого жильца многоквартирного дома.

Ключевые слова: жилая недвижимость, управление жилой недвижимостью, жилищные услуги.

I. ВВЕДЕНИЕ

Тема управления жилой и коммерческой недвижимостью является актуальным предметом исследования многих ученых в различных областях деятельности, таких как строительство, управление и юриспруденция. Особый интерес к данной теме вызван, во-первых, постоянными изменениями и развитием сферы рынка недвижимости, во-вторых, сложностью и многоаспектностью понятия «управление недвижимостью». Современное развитие жилищной индустрии повысило необходимость организации управления жилой недвижимостью.

Большое внимание в сфере управления жилой недвижимостью уделяется в зарубежных странах, а именно странах Центральной Европы. У них сформирована достаточно четкая и эффективная система предоставления жилищно-коммунальных услуг (далее – ЖКУ) и управления жилой недвижимостью.

С точки зрения рынка недвижимости, организация управления жильем в странах Центральной Европы является привлекательной сферой деятельности. Обусловлено это высокой финансовой дисциплиной пользователей жилищно-коммунальных услуг, что способствует минимизации рисков. Успешные примеры управления жилой недвижимостью существуют в Германии, Польше и Австрии.

Целью статьи – изучение опыта управления жилой недвижимостью в странах Центральной Европы. Данная цель достигалась посредством решения следующих задач:

1. Рассмотреть основные понятия управления жилой недвижимостью;
2. Охарактеризовать способы управления жилой недвижимостью в Германии, Польше и Австрии;
3. Сделать вывод об управлении жилой недвижимостью, учитывая опыт зарубежных стран.

II. ТЕОРИЯ

Актуальным и своевременным вопросом сегодня является эффективное управление жилой недвижимостью. Для решения данной проблемы необходимо проанализировать опыт стран, добившихся существенных результатов в сфере предоставления жилищно-коммунальных услуг [4].

Таблица 1

Численность населения стран на 2021 год*

	Россия	Германия	Польша	Австрия
Количество населения	146 023 195	83 756 658	37 887 398	9 078 237
Количество людей, проживающих в городах	109 000 000	67 005 326	23 490 186	5 159 360
Количество людей, проживающих в городах (в %)	75 %	80 %	62 %	57,3 %

*Составлено авторами по данным сайта Росстата и Countrymeters

Из данных, предоставленных в таблице 1 следует, что большинство людей, от 57% до 80%, жителей этих стран проживает в городской местности. Так как услуги управляющих компаний пользуются спросом именно в городах, то данная тема является актуальным вопросом нашего времени [6]. Более наглядно данные представлены на рисунке 1.

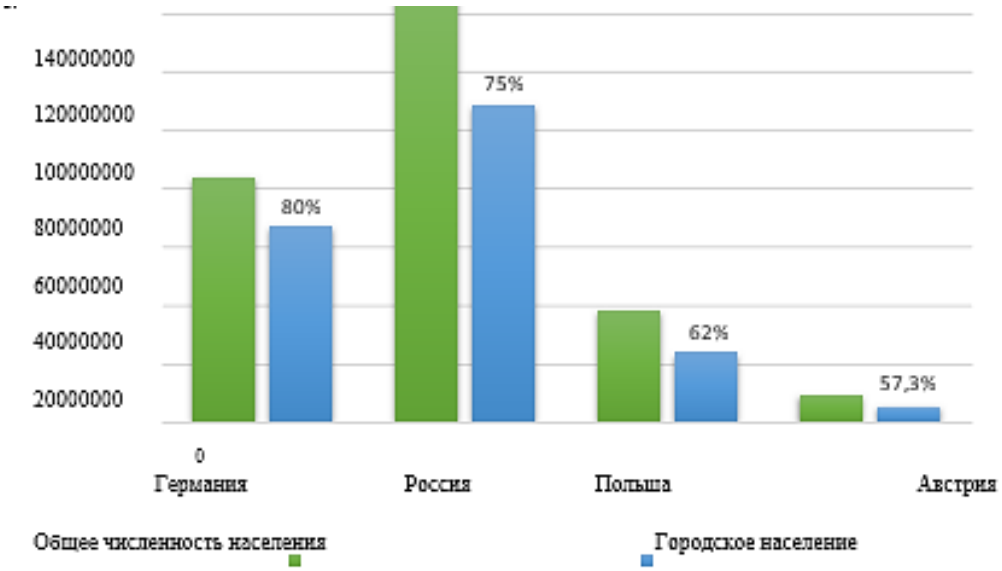


Рис. 1. Численность населения ряда стран Центральной Европы
с выделением городского населения на 2021 год

Согласно рисунку 1, где данные проранжированы в порядке уменьшения городского населения, следует, что 80% населения Германии проживает в городе, 75% жителей России – это городское население, в Польше доля городского населения составляет 62% и в Австрии – 57,3%.

При рассмотрении вопросов об управлении жилой недвижимостью в зарубежных странах необходимо уточнить термины «жилая недвижимость» и «управление жилой недвижимостью».

Жилая недвижимость – это помещение, которое пригодно для постоянного или временного проживания людей, соответствующее установленным санитарным, техническим и иным требованиям.

Управление жилой недвижимостью – это реализация ряда мер по сохранности, поддержанию и улучшению условий проживания людей и обеспечению коммунальных услуг.

В Германии принято выделять три способа управления жилой недвижимостью: с помощью профессиональных управляющих жилищных и жилищно-строительных компаний; при помощи профессиональных управляющих, работающих в юридических компаниях и частными профессиональными управляющими. Законодательство Германии в обязательном порядке требует присвоение каждому жилищному объекту профессионального управляющего [2].

Основными нормативными документами в Германии, которые регулируют правовые аспекты управления жилой недвижимостью, являются закон «О праве собственности на жилье» и Гражданский кодекс. К задачам профессионального управляющего, в первую очередь, относится проведение хозяйственно-управленческой деятельности, а также забота о сохранении строительных элементов здания, которые являются объектами общего пользования. Кроме того, управляющие организации выполняют и другие дополнительные задачи [1]. В Германии управляющий жилой недвижимостью должен соответствовать высоким требованиям, установленных законом. Так, к профессиональным требованиям относятся: наличие высшего образования, квалификация инженера, юриста, социального работника или же экономиста. К личным характеристикам относятся умение разрешать конфликты, быть коммуникабельным, стрессоустойчивым, уметь вести переговоры и другое. Стоимость за управление жилой недвижимостью составляет, в среднем, 60-100 евро за квартиру в месяц.

Приобретая в собственность квартиру, гражданин Германии обязан вступить в соответствующий жилищный кооператив дома. Стоит отметить, что собственник по закону не вправе отказаться от членства в жилищном кооперативе.

Ответственность за управление в многоквартирном доме несет управдом или домоуправление, они заключают договоры по оказанию ЖКУ: вывоз мусора, отопление, предоставление жильцам холодной и горячей

воды, а также газо- и электроснабжение. Тарифы на коммунальные услуги пересматриваются ежегодно. В конце года производится перерасчет средств собственника, потраченных на коммунальные услуги.

С середины 1990-х годов управление жилой недвижимости в Польше стало носить профессиональный характер. В 1997 году органами власти Польши был принят особый закон «Об управлении недвижимым имуществом», который внедрил в рынок недвижимости нового профессионального субъекта – девелопера. Далее, правительство рассмотрело правовые аспекты управления недвижимости и приняло новый закон о

«Профессиональной деятельности в сфере управления недвижимости», который обязывал все организации управления получить лицензии на предоставление услуг. Теперь, чтобы осуществлять свою деятельность в данной сфере сотрудникам необходимо получить высшее образование и пройти курсы повышения квалификации по управлению недвижимости [3].

Согласно законодательству, в Польше в обязательном порядке должно быть создано жилищное общество. При приобретении в собственность жилых и нежилых помещений собственник автоматически вступает в данный фонд (жилищное общество). Поэтому управляющие компании не заключают договоры об управлении домом с каждым жильцом дома, а делают это именно с жилищным обществом.

Чтобы обслуживать дом, общество открывает два счета – текущий и ремонтный. На счета поступают взносы жителей дома: как в форме регулярных платежей за потребление коммунальных услуг, так и на будущие нужды многоквартирного дома. Текущий счет предназначен для того, чтобы накапливать средства, которые будут использоваться для проведения текущих работ по обслуживанию дома и поддержанию его технического состояния. На ремонтный счет будут поступать средства на перспективу, то есть на более масштабные проекты по многоквартирному дому.

Опыт Польши представляет определенный интерес, потому что она в числе первых из государств перешла на управление в сфере предоставления ЖКУ. В Польше в сфере жилищно-коммунального обслуживания чаще всего создаются товарищества собственников жилья. Они занимаются заключением договоров с поставщиками коммунальных услуг. Стоимость коммунальных услуг устанавливается органами государственной власти, учитывая при этом множество критериев. Например, конструкция здания (материал оконных и дверных проемов), материал кровли; срок эксплуатации здания в целом или его части.

В Австрии особый подход к вопросу владения жильем. Управление зависит от вида недвижимости: старое здание или новостройка. Старое здание будет обслуживаться намного сложнее и поэтому дороже. Также важным условием является местоположение объекта. Задачи управляющей компании прописаны в Законе о жилой собственности. Не реже, чем один раз в год должно проходить собрание владельцев, чтобы устранить жалобы, информировать о затратах и доходах [5]. По итогу собрания составляется протокол, в котором прописывается информация о результатах голосования и количестве участников. После чего, оригинал вывешивается на видном месте, а копии раздаются владельцам. В 2022 году оплата услуг управляющей компании в Австрии составляет 150-300 евро, она входит в эксплуатационные расходы.

В Австрии, как и в других в зарубежных странах, собственники объекта недвижимости объединяются в некоммерческие потребительские организации – действуют Австрийские частные фонды. Подобрать компанию можно в интернет-каталогах. Австрия отличается многообразием форм коммунальной инфраструктуры, что позволяет минимизировать риски для муниципальных и частных организаций. Можно распределить обязанности по разным компаниям, что повышает качество предоставляемых услуг.

В таблице 2 представлены средние цены на 2020 год за оплату коммунальных услуг на примере квартир площадью 50 квадратных метров [9].

Таблица 2

Средние суммы за оплату коммунальных услуг на примере квартир площадью 50 кв. метров (2021 год)*

	Польша	Россия	Германия	Австрия
Водоснабжение	20 €	17 €	21 €	62 €
Отопление	11 €	26 €	70 €	100 €
Электричество	20 €	11 €	60 €	62 €
Газоснабжение	–	3 €	52 €	75 €
Вывоз мусора	5 €	3 €	15 €	5 €
ИТОГО	56 €	60 €	218 €	304 €

*Составлено авторами по данным источника [9].

Таким образом, коммунальные услуги в странах Центральной Европы, а именно в Германии, Австрии стоят значительно дороже, чем в России и даже в Польше.

Проведём анализ соотношения оплаты за жилищно-коммунальные услуги и доходов населения. По данным на 2021 год средняя зарплата в России составляет 738 евро (45 000 рублей), таким образом россияне тратят на ЖКУ 8% средней зарплаты. Средняя зарплата в Германии 1584 евро (96 526 рублей), жители Германии расходуют на ЖКУ 13,8% своих доходов. Средняя зарплата в Польше составляет 905 евро (117 290 рублей), поляки тратят на услуги ЖКХ 6 %. Средняя зарплата в Австрии составляет 3450 евро (212 416 рублей), доля расходов на ЖКУ у австрийцев составляет 9% [7].

Таблица 3

Средняя доля заработной платы стран Центральной Европы и России, которая тратится на услуги ЖКХ

	Польша	Россия	Германия	Австрия
Средние суммы за оплату коммунальных	56 €	60 €	218 €	304 €
Средняя заработная плата	905 €	738 €	1584 €	3450 €
Средняя доля заработной платы, которая тратится на услуги ЖКХ (в %)	6 %	8 %	13,8 %	9 %

*Составлено автором по данным Росстата и источника [5], [7], [8] и [9].

Согласно представленным выше данным, наибольший процент от средней зарплаты тратят на оплату жилищно-коммунальных услуг граждане Германии (13,8%), далее идет Австрия и Россия (9% и 8%), а меньшую долю платят граждане Польши (6%).

III. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЯ

В каждой из рассмотренных страна Центральной Европы таких, как Германия, Польша и Австрия управлению жилой недвижимостью уделяется особое внимание. Там сформирована достаточно четкая и эффективная система предоставления жилищно-коммунальных услуг и управления жилой недвижимостью.

Выявлены основные характеристики в сфере услуг управления жилой недвижимостью на примере зарубежных странах:

1. Высокая степень законодательной и исполнительной власти, а также большой опыт в управлении жилой недвижимостью.

2. Сплоченность и хорошие взаимоотношения между жителями многоквартирного дома способствуют созданию благоприятного и безопасного микроклимата в доме. Что и является одной из основных целей управляющей компании.

3. Высокая квалификация и опыт работы в сфере услуг управления жилой недвижимостью. Собственники доверяют управление своим домом только квалифицированным специалистам, которые прошли специальное обучение и получили соответствующие документы.

4. Прозрачность деятельности управляющих компаний, которые по требованию собственников должны предоставить все документы, регламентирующие аспекты содержания жилого дома.

В нашей стране наблюдаются проблемы в системе управления жилой недвижимостью, осложненные отсутствием исполнительской дисциплины в части соблюдения жестких законодательных норм и требований к управляющим компаниям [10]. К сожалению, не все компании выполняют взятые на себя обязательства, решают возникающие у жителей домов вопросы, оказывают качественные услуги в полном объеме.

По данным зарубежного опыта можно сделать вывод, что только в условиях конкурентного рынка возможно увеличить эффективность управления жилой недвижимостью, что будет способствовать сокращению расходов по содержанию имущества, что в свою очередь также позволит увеличит доходную часть бюджета домовладельцев. Кроме того, на государственном уровне необходимо обеспечить поддержку возможности введения новых специальностей в соответствии с требованиями рынка труда и состояния реформирования, а также внедрение системы управления процессом подготовки квалифицированных кадров, т.е. целесообразно было бы разработать модель обучения, подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов, занимающихся управлением недвижимости. Также необходимо повысить требования к управляющему недвижимостью и усовершенствовать механизм соблюдения законодательных норм в сфере предоставления услуг управления жилой недвижимостью.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамова М. И., Кожевникова М. К. Анализ зарубежного опыта управления жилой недвижимостью // Безопасность критичных инфраструктур и территорий. Проблемы безопасности строительных критичных инфраструктур: сб. ст. VIII Всерос. науч.-техн. конф. с междунар. участием. Екатеринбург: НИЦ «НиР БСМ» УрО РАН, Ур-ФУ им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2018. С. 250–255.

2. Кожевникова М. К., Мартыновская Д. В. Анализ опыта разных стран в сфере управления объектами жилой недвижимости // Вектор экономики. 2021. № 4 (58). URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=46116159& (дата обращения: 30.10.2022).

3. Нечипор И. В., Казиханов М. Э., Рачков А. В. Международный опыт управления жилой недвижимостью // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2016. № 40-2. С. 136–142. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=25952218 (дата обращения: 30.10.2022).

4. Масаев Ю. А., Масаев В. Ю., Синьков А. А. [и др.]. Анализ развития методологии комплексного управлен https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-razvitiya- metodologii-kompleksnogo-upravleniya-zhilischnym-fondom-rf-na-osnove-zarubezhnogo-opyta (дата обращения: 30.10.2022).

5. Прокофьева А. Ю. Достойный уровень жизни (на примере жилищной сферы Австрии) // Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сб. ст. победителей V Междунар. науч.-практ. конф.: в 4 ч. (Пенза, 15 мая 2017 г.). Пенза: Наука и Просвещение, 2017. Ч. 2. С. 15–17.

6. Уровень урбанизации Германии. URL: https://visasam.ru/emigration/economy/urbanizaciya-germanii.html# (дата обращения: 30.10.2022).

7. Средние зарплаты в Германии по профессиям и отраслям // E-migration.ru: сайт. URL: https://e- migration.ru/germany/srednie-zarplaty-v-germanii-po-professiyam-i-otraslyam.html (дата обращения: 30.10.2022).

8. Раскрытие информации // Федеральноя служба государственной статистики: офиц. сайт. URL: https://rosstat.gov.ru/folder/12899 (дата обращения: 30.10.2022).

9. Сколько стоят услуги ЖКХ в разных странах? // ЦИАН: сайт. URL: https://omsk.cian.ru/stati-skolko-stojat- uslugi-zhkh-v-raznyh-stranah-294566/ (дата обращения: 30.10.2022).

10. Тарута С. В. Управление жилищно-коммунальными услугами в многоквартирном доме: современное состояние и перспективы // Экономика, менеджмент, сервис: проблемы и перспективы : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (Омск, 10–11 нояб. 2021 г.) / Ом. гос. техн. ун-т. Омск: Изд-во ОмГТУ, 2021. С. 147–150.

УДК 338.24

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕСТИТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

М. Р. Вахитов, Е. Л. Водолажская

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», Казань, Россия

M. R. Vakhitov, E. L. Vodolazhskaya

Kazan National Research Technological University, Kazan, Russia

Аннотация. В работе проводится анализ потенциала промышленного потенциала химической промышленности Республики Татарстан на фоне национальной импортозаместительной политики, развернувшейся в стране в 2014 г. Построены зависимости для суммарного и товарного стоимостного импорта химической продукции в Российской Федерации и Республике Татарстан в период с 2014 по 2021 гг. Выделены основные направления развития политики импортозамещения в регионе с учетом инновационного промышленного потенциала республики.

Ключевые слова: импортозамещение, Татарстан, химпром.

I. ВВЕДЕНИЕ

Химическая промышленность является самой разнообразной по номенклатуре и одной из самых крупных по объему выпускаемой продукции отраслью. Товары химической промышленности производятся из неорганического, синтетическо-органического и биологического сырья как результат целого ряда технологических операций: синтеза, дистилляции, осаждения, фильтрации, экстракции, кристаллизации, ферментации, и др. Благодаря этим технологиям появилось огромное количество товаров, предназначенных для содействия социальному развитию, экономическому росту и процветанию современного населения. Так как химическая промышленность охватывает большое число разнородных, но тесно взаимосвязанных групп отраслей, импортозамещение товаров химической промышленности является актуальным.

В настоящее время рост объемов внутреннего рынка, экономическое развитие и новые ограничения в международных торговых отношениях по причине санкционной войны и кризиса доверия породили курс импортозамещения в стране целом, и в субъектах РФ в частности. Хотя по факту оно является экономическим вопросом, но также имеет техническую и инновационную ориентацию, присущую технологическим достижениям через быстрое развитие отечественного производства и повышения производительности. Кроме того, политика национального импортозамещения также имеет эмоциональный оттенок, включающий возникновение уверенности в себе и самодостаточности промышленного потенциала страны и отдельных регионов. В другом смысле, импортозамещение, связанное с развитием отечественной промышленности с помощью различных форм защиты государственности, является неотъемлемым элементом экономической политики современной России [1].

Стратегия импортозамещения является повсеместной и универсальной для регионов. Технологический рост очень тесно связан с промышленным развитием. Фактически, технологическое развитие является частью импортозамещения. Промышленный потенциал и технология является входным фактором, который отражается на выпуске готовой продукции. Это «искусство» производства, обеспечивающее максимальную производительность при минимальных затратах сырья и энергии. Следовательно, локальная технология производства химической продукции занимает центральное место в политике импортозамещения [2].

Другими словами, локальная технология обеспечивает максимально полное использование местных ресурсов для ее применения в целях ускорения темпов индустриализации и раскрытия полного промышленного потенциала. Иностранная или чужая технология – это импортная технология, которая несет особенности иностранной промышленной системы. Квалифицированная техническая оценка имеет важное значение для оценки потенциала ее применения. Локальная технология имеет огромное значение, т.к. она заточена и использует все имеющиеся ресурсы - людей, деньги, материалы, машины, энергию и оборудование. Нет никаких причин, почему, при прочих равных условиях, локальные технологии считать отстающими по сравнению с зарубежными технологиями. Поэтому под импортозамещением рационально понимать не копирование зарубежных технологий, а трансформацию локальных технологий регионов с учетом инноваций.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Химическая промышленность охватывает производства множества химических веществ, поэтому практически невозможно провести исследование всех химических продуктов с учетом их импорта с точки зрения их количества и стоимости. Поэтому объектами исследования стали группы товаров химической промышленности согласно товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД).

Целью работы является анализ состояния химической промышленности Республики Татарстан на фоне общей импортозаместительной политики в стране.

III. ТЕОРИЯ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

На сегодняшний день потребность в продукции химической промышленности, которая не производится на территории страны, обеспечивается путем импорта. На рис. 1 представлена временная зависимость по импорту химической продукции в РФ из стран дальнего зарубежья, построенная по данным Федеральной таможенной службы (ФТС). Видно, что на 2014 г. суммарная стоимость импорта химической продукции составила 31,2 млрд. долларов. Далее к 2016 стоимостный объем импорта из дальнего зарубежья, в основном это страны Западной Европы (Германия, Франция, Италия, Австрия), упал на 35%, что, вероятно, связано с введением политики импортозамещения в стране. Затем наблюдается рост импорта химпрома в 1,55 раза на момент апреля 2021 г. с периодом стагнации в 2018-2020 гг. при среднем совокупном импорте в 29,6 млрд. долларов.

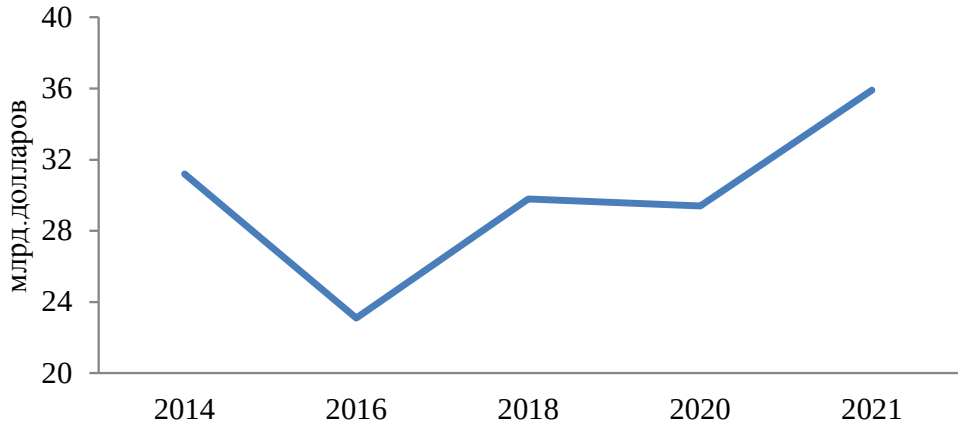


Рис. 1. Суммарный импорт химической продукции в Россию
из стран дальнего зарубежья. Данные ФТС

Доля импорта отдельных товаров химической промышленности в РФ не однородна. На рис. 2 представлена структура импорта. Наглядно видно, что наибольшую часть импортированных товаров составляет продукция фармацевтической промышленности, занимая в период с 2014 по 2021 гг. в среднем 40% от общего стоимостного импорта в РФ из стран дальнего зарубежья.

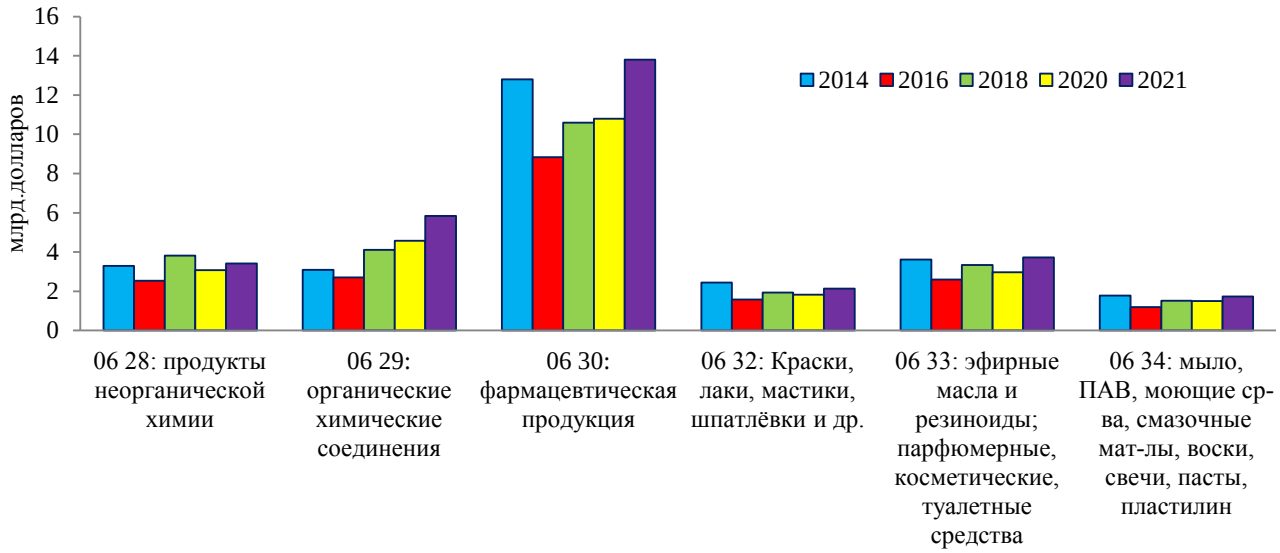


Рис. 2. Импорт товаров химической промышленности по кодам ТН ВЭД в Россию
из стран дальнего зарубежья. Данные ФТС

Эфирные масла и резиноиды, парфюмерные, косметические и туалетные средства (код 06 33) и продукты неорганической химии (код 06 28) занимают в среднем 11 и 10 %, соответственно, от суммарного валютного импорта в РФ, тогда как краски, лаки, мастики, шпатлевки и др. (код 06 32) и мыло, ПАВ, моющие средства, смазочные материалы, воски, свечи, пасты, пластилин (код 06 34) – 6,8 и 5,2 %. Стоит отметить, что в период с 2014 по 2021 гг. не произошло кардинального перераспределения импорта по группам товаров.

На рис. 3 показана зависимость стоимостного суммарного импорта товаров химпрома в Республику Татарстан в период с 2014 по 2021 гг. по данным ФТС. В отличие графика на рис. 1, здесь прослеживается восходящий тренд в исследуемый период времени, причем скорость увеличения объемов импорта не одинаковая по годам. Например, в период с 2014 по 2018 гг. сумма импорта увеличилась с 229 на 256 млн. долларов, тогда как с 2018 по 2021 – с 256 до 404 млн. долларов. Таким образом прирост за последние года стоимостного суммарного объема импорта увеличился в среднем в 1,41 раза. Частично это связано с ростом курса доллара на 16,6% в период с 2018–2021 гг.

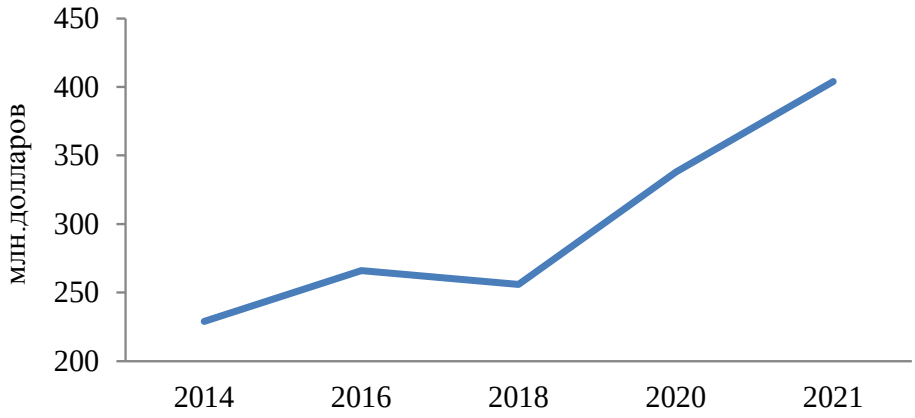


Рис. 3. Суммарный импорт химической продукции в Татарстан
из стран дальнего зарубежья. Данные ФТС

Для Республики Татарстан можно также выделить отличающееся от общероссийского распределение импортных товаров по товарной номенклатуре ВЭД. Согласно рис. 4, наибольший ввоз в республику составляют продукты 06 29 (продукты органического соединения). Причем в 2014 г. доля импорта продуктов органического синтеза составляла 35,2 % в общей стоимости по импорту, а в 2021 г. эта величина выросла до 54,4 %, что обуславливает высокий и растущий спрос на продукцию органической химии в регионе. Для других товаров стоит отметить резкое падение объемов импорта фармацевтической продукции в 2016 г. в 3,85 раза.

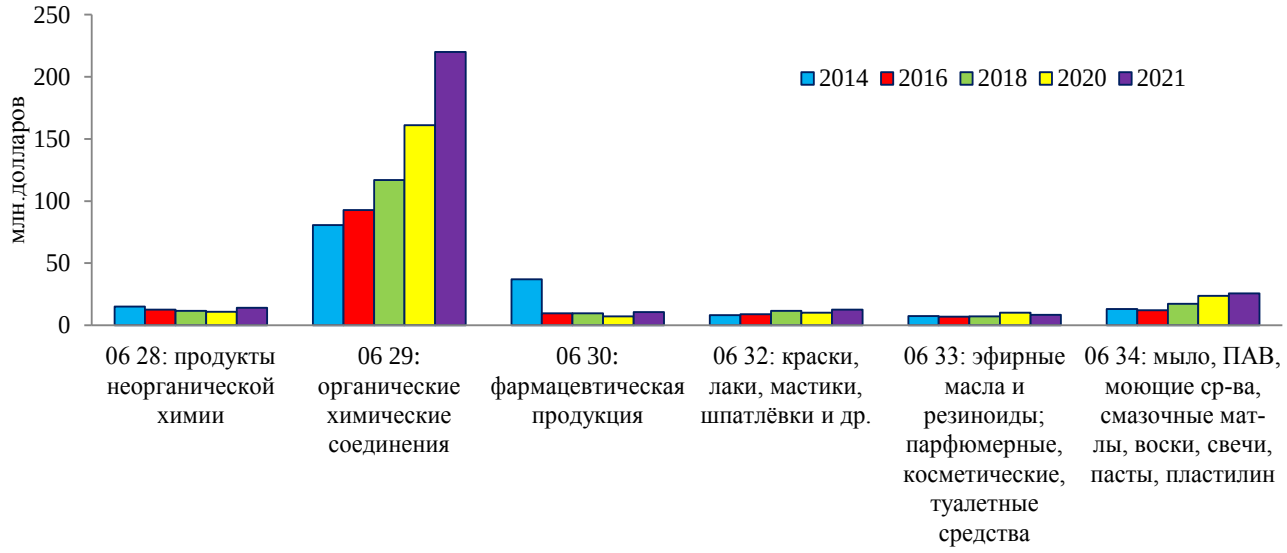


Рис. 4. Импорт товаров химической промышленности по кодам ТН ВЭД в Татарстан
из стран дальнего зарубежья. Данные ФТС

В Республике Татарстан принимаются активные меры по созданию импортозамещающих производств [3]. Татарстан является единственным регионом Российской Федерации по выпуску многих продуктов химической промышленности. К таким направлениям относится – производство этилена, синтетических смол, изоцианатов, циклопентана, малеинового ангидрида и др. И глядя на товарные структуры импорта РФ и РТ (рис. 2, 4), вполне перспективными выглядят возможности Республики Татарстан по импортозамещению многих товаров химической промышленности. РТ обладает огромным промышленным потенциалом, использует новейшие разработки отраслевых научных организаций и вузов республики, активно взаимодействует с ведущими предприятиями отрасли. В республике уже приняты приоритетные направления развития, такие как увеличение импортозамещения реагентов и катализаторов, герметиков, углеродных нанотрубок и др., которые могут стать флагманами импортозамещения в стране.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, политика импортозамещения дает мультипликативный эффект для развития экономики республики и страны, в том числе стимулируя технологическую реформу промышленных локальных промышленных предприятий в краткие сроки и с учётом последних инноваций науки и техники, обеспечивая население новыми рабочими местами, повышая уровень и качество жизни граждан.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вахитов М. Р., Авилова В. В. Импортозамещение как фактор обеспечения продовольственной безопасности России // Социальные и экономические системы. 2022. № 6-7 (36). С. 151–159.

2. Вахитов М. Р., Авилова В. В. Инновационная трансформация промышленности на принципах циркулярной экономики. Казань: Печать-Сервис XXI век, 2021. 86 с.

3. Яруллин Р. Импортозамещение в Татарстане // The Chemical J. 2015. С. 32–37. URL: https://tcj.ru/wp-content/uploads/2015/06/2015_04_32-39-importozameschenie.pdf (дата обращения: 28.11.2022).

УДК 331.5

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК ТРУДА

А. В. Вербенская, Е. Е. Лагутина

Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург, Россия

A. V. Verbenskaya, E. E. Lagutina

Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russia

Аннотация. В статье описано влияние глобальных технологических перемен для общества и, в частности, рынка труда в России, который в последнее время меняется и трансформируется достаточно активно, возникают новые вызовы. Развитие технологий влечет за собой появление качественно новых требований к работникам, а компании, в свою очередь, должны задуматься об адаптации к постоянно меняющимся условиям и организации своевременного обучения и развития сотрудников. Проведено исследование влияния новых трендов на рынок труда Российской Федерации. В связи с этим проанализированы аспекты, которые подвергнутся трансформации, а также вызовы и перспективы в рамках развития человеческого капитала с учетом внешних факторов.

Ключевые слова: рынок труда, компетенции, цифровизация, человеческий капитал, цифровая экономика, инновационное развитие, профессиональная подготовка и переподготовка.

I. ВВЕДЕНИЕ

Процесс цифровизации экономики существенно поменял рынок труда. С продолжающимся развитием информационных технологий цифровые навыки работников обретают особую актуальность. В связи с этим происходит переосмысление актуальных навыков и компетенций, так как многие операции в ближайшем будущем могут быть автоматизированы.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является анализ того, каким образом цифровые технологии окажут влияние на российский рынок труда. Для этого потребуется рассмотреть текущую ситуацию на рынке труда, изменения вследствие его цифровой трансформации, оценить готовность компаний и населения к изменениям, дать характеристику ключевым изменениям на рынке труда России и навыкам, которые будут актуальны в новых условиях; охарактеризовать вызовы, возникающие наряду с изменениями.

III. ТЕОРИЯ

Вопросы влияния инноваций, обусловленных новыми технологическими достижениями, на рынок труда освещались такими учеными, как И. А. Денисенко, А. А. Кузубов, Н. В. Шашло, Е. В. Ширинкина,

Т. А. Шпилькина, А. И. Ковалев и др. [2, 5, 9, 10]. Этим аспектам, а также анализу компетенций и навыков будущего посвящены и крупные исследования ВШЭ [4, 7, 8].

Кроме того, по данной тематике в публикациях отечественных и зарубежных специалистов можно выделить три ключевых направления исследований:

– цифровая трансформация компаний и рынка труда в целом;

– влияние цифровизации на процессы обучения и переобучения, снижения востребованности отдельных профессий, появление новых востребованных компетенций и специальностей, профессий будущего;

– исследование современной роли университетов в передаче знаний [3].

За последние 5 лет цифровизация является активным драйвером развития современной экономики. По данным НИУ ВШЭ, в период с 2017 по 2019 год отмечается повышение валовых внутренних затрат на развитие цифровой экономики на 23 процента [7]. В 2020 г. наибольшая доля затрат на цифровые технологии (26,8%) пришлась на организации сфер информации и связи, далее - финансовый сектор (13,2%), образование (9,6%), обрабатывающая промышленность (8,2%) (рисунок 1).



Рис. 1. Структура внутренних затрат организаций, связанных с цифровыми технологиями, по видам экономической деятельности, 2020 (в процентах к итогу) [7]

В октябре 2022 г. Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ (ИСИЭЗ НИУ ВШЭ) впервые представил Индекс цифровизации отраслей экономики и социальной сферы - индекс, разработанный для агрегированной оценки динамики цифровой трансформации экономики и жизни общества, отражающий уровень использования цифровых технологий, цифровизации бизнес-процессов, цифровых навыков персонала, затрат на внедрение и использование цифровых технологий и кибербезопасности (рисунок 2).

По итогам 2021 г. интегральное значение показателя составило 15,7 пунктов, что на 0,4 пункта превышает значение предыдущего периода. Практически по всем индексам наблюдается положительная динамика. Больше всего повысилось значение по субиндексу «Использование цифровых технологий» - с 3,18 по 3,35 пункта. Это обусловлено ростом доли организаций - пользователей облачных сервисов (до 27,1% в 2021 г.), технологий обработки больших данных (25,8%), Интернета вещей (13,7%), специализированных программных средств для проектирования (10%). Положительные изменения отмечаются и в использовании «цифровых двойников», промышленных роботов / автоматизированных линий. Однако доля применяющих их организаций пока не велика (1,4 и 4,4% соответственно).

Положительна динамика и касаемо бизнес-процессов за счет активного использования компаниями цифровой торговли. Также серьезное внимание уделяется кибербезопасности.

Успех цифровизации во многом определяется и наличием кадровых ресурсов — ИТ-специалистов и работников, обладающих цифровыми навыками. Потребность в них в 2021 г. осталась высокой: доля работников, обладающих цифровыми навыками на уровне выше среднего, составила, как и в 2020 г., 16,6% [4].

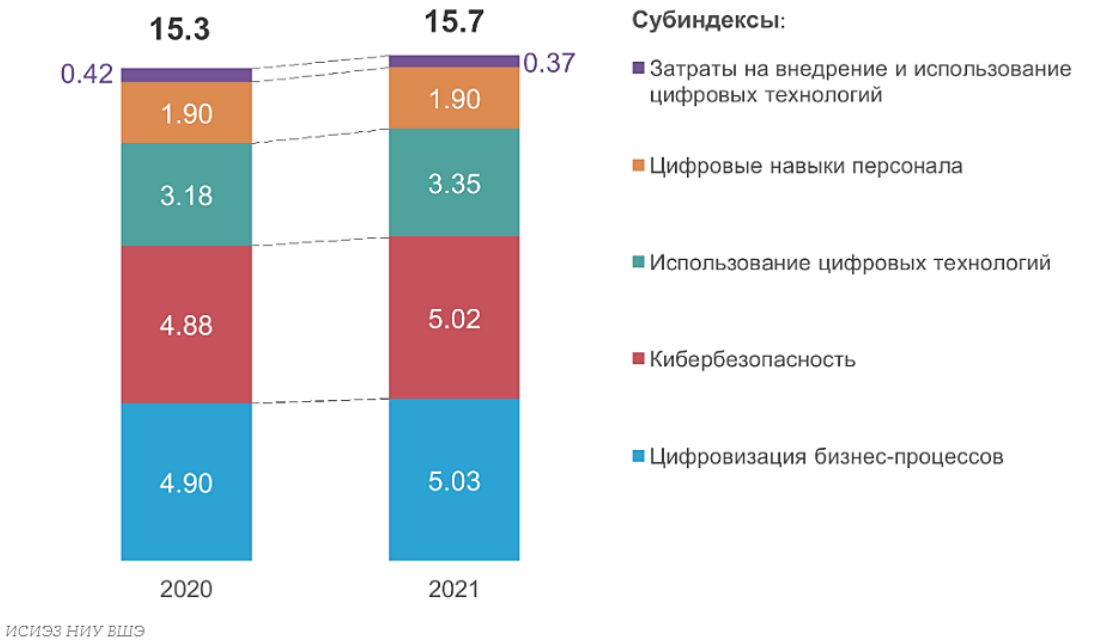


Рис. 2. Индекс цифровизации отраслей экономики и социальной сферы (пункты) [4]

Актуальна ориентация специалистов на высокоуровневые задачи: управление людьми, коммуникации, поиск нестандартных решений, разработка методологии, т. е. все те задачи, которые машинам недоступны. Об этом же говорят и [2, 9] - робототехника и машинное обучение на данный момент не заменят полностью существующие профессии и рабочие места. В рамках автоматизации ожидается скорее замена конкретных задач в рамках рабочих функций, при этом, по прогнозам [2], работники смогут сосредоточиться на новых когнитивных задачах. Важно заметить: изменения коснутся не только работников, чья деятельность непосредственно связана с информационными технологиями, но и тех сотрудников, на чьи рабочие места меньше влияют технологические изменения, поэтому в ближайшем будущем им следует обратить внимание на новые наборы навыков и компетенций в связи с глобальными трансформациями экономических систем, обусловленным цифровым и поствирусным трендами преобразования общества [2].

Камила Абжигитова, руководитель департамента лидерства “Билайн Университет”, эксперт в сфере обучения взрослых, в докладе «Будущее уже наступило. Как и что нужно развивать, чтобы оставаться на яркой стороне» отметила: среди «твердых» навыков особенно будут востребованы навыки программирования, знание инструментов аналитики и профессиональных программ. Что касается soft skills, - «это новые hard», - они не устаревают, незаменимы с помощью технологий и дополняют hard skills (рисунок 3).



Рис. 3. Навыки будущего в разрезе hard skills и soft skills [1]

Так, по-прежнему остаются актуальны навыки коммуникации, поиска и обработки информации, а также навыки, связанные с самоорганизацией и личной эффективностью.

Согласно прогнозам, не менее 30% функций в рамках профессий могут быть автоматизированы на текущем уровне развития технологий, а 49,3% рабочих мест могли бы быть ликвидированы в России в случае одномоментной автоматизации [8]. Однако, стоит отметить: несмотря на активное развитие технологий, в ближайшем будущем автоматизация затронет в большинстве случаев не целые профессии, а лишь отдельные операции. Это обусловлено следующими моментами (рисунок 4):



*Различают слабый и сильный искусственный интеллект (далее – ИИ). Слабый ИИ подразумевает распознавание изображений, прочих биометрических данных, анализ данных устройств, предсказание сбоев техники и др. Способности, присущие сильному ИИ, связанные с осознанием и модификацией себя, пока еще недоступны системам на текущем уровне развития.
**Критично для таких отраслей как здравоохранение, безопасность, право.

Рис. 4. Ограничения автоматизации на текущем этапе развития технологий
Составлено на основе: [8]

Учитывая данные ограничения, с помощью цифровых технологий в ближайшем будущем возможно повышение эффективности отдельных задач в рамках профессий, но не полная замена работников, что исключает резко негативные прогнозы.

Среди наиболее востребованных профессий на рынке труда в 2022 г., обусловленными развитием технологий, являются, по мнению [8, 10], аналитик Big Data, специалист по машинному обучению, SMM-менеджер, инженер по безопасности данных, интернет-маркетолог, UX-дизайнер, логист, IT-медик, IT-рекрутер, директолог, ИТ-юрист, разработчик нейропротезов и имплантатов, разработчик нейроинтерфейсов, консультант по роботэтике и др.

Трансформация рынка будущего - процесс, затрагивающий разные стороны экономики и жизни населения, представляющий как перспективы и возможности, так и угрозы. В связи с этим авторы [5, 9] выделяют следующие тренды и связанные с ними вызовы:

– технологические инновации, сулящие, с одной стороны, возможности повышения качества жизни и производительности труда и связанное с этим появление новых профессий, и, с другой стороны, возможные сложности в адаптации к новым условиям. В этом плане возникает необходимость быстро реагировать на изменения, связанные в том числе и с угрозами информационной и кибербезопасности;

– развитие технологий, в свою очередь, ведет к трансформации глобальной экономики; появляются вызовы в рамках миграции и мобильности трудовых ресурсов. Возможно увеличение разрыва между низко- и высокооплачиваемыми работниками;

– в рамках демографических изменений - ожидаемый рост трудовой жизни и необходимость осваивать новые навыки, чтобы работать дольше;

– такое явление, как урбанизация, открывает возможности для удаленной работы и создания новых рабочих мест; наряду с этим возникает угроза вымирания сельских территорий и усиление сетевого разрыва, появление цифрового неравенства. Последнее является актуальной проблемой уже сейчас – исследователи под-

утверждают наличие существенного цифрового разрыва между регионами и отдельными социально-профессиональными группами в связи с разделением в цифровом доступе [6];

– проблема ограниченности традиционных ресурсов и связанная с ней необходимость освоения возобновляемых природных ресурсов, что не исключает в будущем реорганизацию сферы традиционной энергетики и появление новых рабочих мест в сфере производства альтернативной энергии [5, 9].

IV. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В результате исследования было выявлено, что процессы трансформации затронут большинство профессий, в том числе напрямую не связанных с информационными технологиями. В связи с этим изменяются требования к навыкам: возрастает актуальность умения работать с данными, информацией, а также «мягких» навыков, от владения которыми зависит в значительной мере успех в профессиональной деятельности - в первую очередь это навыки, связанные с коммуникацией, взаимодействием с людьми и самоорганизацией.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведя исследование по вопросам трансформации рынка труда Российской Федерации, можно сделать следующие выводы.

Одним из ключевых факторов конкурентоспособности цифровой экономики России является развитие человеческого капитала и адаптация его к новым, быстро изменяющимся условиям. Для формирования человеческого капитала, соответствующего новым потребностям рынка труда, потребуется:

1. Обновление текущих образовательных программ и системы переподготовки кадров в соответствии с новыми требованиями цифровой эпохи.

2. Готовность сотрудников, а от компаний - создание условий для мониторинга актуальных навыков, компетенций и организации своевременного обучения, которое, по прогнозам экспертов, становится непрерывным.

3. Развитие новых центров компетенций по наиболее востребованным технологическим направлениям, что обусловлено возможной угрозой дисбаланса компетенций на рынке труда. Одним из возможных сценариев является возникновение ситуации одновременной безработицы и нехватки квалифицированных кадров, когда от сотрудников требуются не только профессиональные навыки, но и digital skills и soft skills.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Будущее уже наступило. Как и что нужно развивать, чтобы оставаться на яркой стороне // Новости рекламы и маркетинга // AdIndex.ru: сайт. URL: https://adindex.ru/assets/specprojects/content_presentation/2021_06/294965_presentation.pdf (дата обращения: 20.10.2022).

2. Денисенко И. А., Кузубов А. А., Шашло Н. В. Основные траектории трансформации рынка труда и трудовых ресурсов в условиях цифрового и поствирусного трендов преобразования общества // Право и управление. XXI век. 2021. Т. 17, № 3. С. 52–61.

3. Забайкин Ю. В., Красавина В. Е., Сологуб В. А., Хашева И. А. Цифровая экономика: проблема образования в России // Управление образованием: теория и практика. 2022. Т. 12, № 7. С. 15–21.

4. Индекс цифровизации отраслей экономики и социальной сферы. URL: https://issek.hse.ru/news/783750202.html (дата обращения: 19.10.2022).

5. Мантуленко В. В. Цифровая трансформация рынка труда: ценности и компетенции // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2020. № 3 (185). С. 63–71.

6. Дмитриева Н. Е., Жулин А. Б., Артамонов Р. Е., Титов Э. А. Оценка цифровой готовности населения России: докл. к XXII Апр. Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества (Москва, 13–30 апр. 2021 г.). М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. 86 с.

7. Цифровая экономика: 2022: краткий стат. сб. / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2022. 124 с.

8. Абдрахманова Г. И., Вишневский К. О., Гохберг Л. М. [и др.]. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение: моногр. М.: Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», 2019. 82 с.

9. Ширинкина Е. В. Человеческий капитал и рынок труда в цифровом развитии российской экономики // Экономика труда. 2019. Т. 6, № 1. С. 103–112.

10. Шпилькина Т. А., Ковалев А. И., Филимонова Н. Н. Современный рынок труда и особенности его развития в условиях санкций и цифровизации и устойчивого развития // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 8. С. 268–274.

УДК 347

СТРАХОВАНИЕ НЕДВИЖИМОСТИ, СДАВАЕМОЙ В АРЕНДУ: ПРИНЦИПЫ, МЕТОДЫ, ОСОБЕННОСТИ

В. Д. Волошина
Омский государственный технический университет, Омск, Россия

V. D. Voloshina
Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация: В статье показана роль страхования, как главного инструмента снижения степени риска в условиях рыночной экономики. На практике довольно часто при заключении договоров аренды арендодатели, желая защитить свои интересы в сохранении имущества, самостоятельно страхуют переданное в аренду имущество. В работе проведено исследование особенностей учета расходов по страхованию имущества, переданного в аренду. Описаны виды страхования, их особенности, а также проблемы, связанные со страхованием недвижимости, сдаваемой в аренду. Для изучения теоретических вопросов использовались методы обобщения информации, анализ, классификация. На основании результатов был сделан вывод о важности страхования недвижимости, сдаваемой в аренду.

Ключевые слова: договор аренды, арендодатель, арендатор, страхование, риски.

I. ВВЕДЕНИЕ

Страхование — это способ возместить ущерб, причиненный физическим или юридическим лицом, путем его распределения между многими людьми. Возмещение убытков осуществляется за счет средств страхового фонда, находящегося в ведении страховой организации (страховщика). Объективная необходимость страхования вызвана тем, что убытки иногда возникают из-за разрушительных факторов, не зависящих от человека, таких как, например, стихийные бедствия. В такой ситуации взыскать с кого-либо убытки невозможно, а источником возмещения убытков является заранее созданный страховой фонд.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью работы является выявить проблемные аспекты в области страхования объектов недвижимости, сдаваемых в аренду.

Основными задачами являются:

1. систематизировать статистическую информацию по особенностям страхования недвижимости;
2. исследовать методы страхования недвижимости;
3. изучить риски, возникающие при сдаче недвижимости в аренду;
4. выявить проблемы, существующие в сфере страхования арендуемой недвижимости.

III. ТЕОРИЯ

Предоставление жилой недвижимости в аренду - довольно рискованный бизнес. По статистике, каждый второй арендодатель сталкивается с недобросовестными арендаторами, которые забрали или повредили мебель владельца, поставленную бытовую технику, затопили соседей. Договор аренды квартиры не может учитывать и регулировать все риски, связанные с арендой жилья. Форс-мажорные обстоятельства — это всегда исключительная ситуация, к которой не применяются заранее согласованные условия эксплуатации жилья. Следовательно, страхование недвижимости (в частности, страхование жилья) становится для владельца не только оправданным шагом, но и необходимым.

Эта процедура является добровольной, но она позволяет защитить себя со всех сторон. Пожар, ограбление, потоп — за все это можно получить компенсацию от страховой компании. Основным условием является тот факт, что страховая компания будет уведомлена о том, что дом сдается в аренду.

По данным «Альфа Страхования», девять из десяти страховых случаев (90%) в застрахованном жилье вызваны заливами с водой. На втором месте (со значительным отрывом) находятся пожары, удары молнии и взрывы бытового газа — около 7% случаев. Незаконные действия третьих лиц становятся страховыми случаями в 1,2% случаев.

Застраховать квартиру или нет — это решение владельца арендуемой недвижимости, который может самостоятельно оформить страховку или потребовать от арендодателя сделать это (это условие прописывается в договоре аренды). Часто небольшие страховые компании отказываются от этого вида страхования из-за своей убыточности.

При аренде недвижимости возможны следующие основные варианты страхования:

- страхователем и выгодоприобретателем является арендодатель;
- страхователь является арендатором, а выгодоприобретателем - арендодателем;
- страхователем и выгодоприобретателем является арендатор.

К рискам собственника, связанным с повреждением или уничтожением недвижимости (с невозмещаемой потерей основного источника дохода), добавляются риски, связанные с необходимостью возместить ущерб имуществу арендатора в результате событий, вызванных владельцем. В то же время управление рисками для собственника (арендодателя) осложняется следующими причинами:

- менее ответственное (чем у собственника) и трудно контролируемое отношения арендаторов к объекту недвижимости;
- невозможность возложить полную ответственность за материальный ущерб на управляющую компанию или арендатора, даже если их вина доказана: сложность процедуры возмещения убытков и ограниченные финансовые возможности управляющей компании или арендатора означают, что владелец может получить только частичную компенсацию за ущерб.

При страховании недвижимости различают следующие виды рисков:

- стандартные (минимальный набор страховых случаев, включенный во все программы страхования)
- расширенные (включает более широкий список страховых случаев, который предоставляется не каждой страховой компанией)
- специальные (страховые случаи, косвенно связанные с основным ущербом: например, компенсация за разборку завалов в случае пожара).

Стандартный набор страховых случаев обычно включает: пожар, наводнение (когда вода поступает снизу, например, из-за подъема реки или талой воды), взрывы газа, падение предметов на застрахованное жилье (колонны, деревья, самолеты), незаконные действия третьих лиц (вторжение, кража, повреждение имущества, кража со взломом), стихийные бедствия (ураган, молния, наводнение и т. д.).

К расширенному списку рисков можно добавить заливы жилья технического характера (например, поломка стиральной или посудомоечной машины, прорыв трубы), неосторожные действия ремонтной бригады (пожар из-за сбоев в монтаже натяжного потолка), заливы квартир из-за прорыва коммуникаций в межэтажных перекрытиях или заливы жилья с крыши и прочее.

Специальные риски включают риски покрытия транспортных расходов (в случае немедленного возвращения из командировки или отпуска из-за страхового случая), стоимость аренды квартиры во время восстановления квартиры (если она повреждена настолько, что нельзя жить) или компенсация недополученной выгоды из-за того, что собственник не сможет сдавать какое-то время квартиру (для этого нужно заранее уведомить страховую, что квартира сдаётся и предоставить договор найма).

При аренде жилья в первую очередь необходимо застраховать внутреннюю отделку и техническое оборудование в квартире, а также ответственность перед третьими лицами (например, соседями).

Вы также можете включить в программу страхования строительные элементы жилья: стены, потолки, перегородки, крышу (если они являются частью объекта — это касается частных домов, таунхаусов и т. д.), балконы и лоджии; двери (входные и внутренние), оконные блоки, в том числе остекление, лестницы.

Также возможно застраховать движимое имущество (мебель) и ценное имущество (шубы, картины, оружие) от повреждений и кражи. Однако у этого вида страхования есть один нюанс: отдельно вещи не страхуются. Вы можете их застраховать только с конструктивными элементами, либо внутренней отделкой, либо и тем, и другим. В этом случае договор страхования составляется либо на определенную общую сумму, либо в соответствии с описанием со стоимостью каждого предмета (этот вариант страхования будет более дорогим).

При выборе программы страхования необходимо учитывать некоторые особенности страхования недвижимости при аренде. Вы можете застраховать всю квартиру или только ее часть. Перечень страхуемых рисков лучше определить заранее, но чем их больше, тем выше цена страховки. Если квартира застрахована для сдачи в аренду, в договоре особенно важен пункт о действиях третьих лиц, в результате которых был причинен ущерб имуществу.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Существует два вида комплексных полисов страхования.

1. Классический полис.

Подразумевает оценку района и дома (возраст, площадь квартиры). Сотрудник компании приезжает на объект недвижимости, составляет акт, где определяет стоимость жилплощади. Исходя из этой цифры рассчитывают размер страховых выплат и стоимость полиса. Заключается договор, по которому в дальнейшем можно будет получить деньги при наступлении страхового случая.

2. Экспресс-полис.

Его можно оформить дистанционно. Собственник самостоятельно заполняет информацию об имуществе и устанавливает размер страховой суммы. Такой документ делается быстро, в режиме онлайн. Но у этого способа страхования есть существенный недостаток: за страховой полис придётся заплатить на 10–30 % больше базового тарифа. Поэтому страховать дорогую недвижимость лучше классическим способом.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Одним из наиболее распространенных объектов страхования является недвижимость, имеющая повышенную экономическую ценность. Многие компании предпочитают заключать договор страхования с оценкой имущества. Таким образом, при подаче заявки на онлайн-страхование цены на покрытие убытков рассчитываются с более низким порогом в ущерб интересам домовладельца. Кроме того, большинство компаний отказываются страховать дома, построенные с 1970 года, без предварительного расследования.

Чтобы застраховать арендуемое жилье, вам потребуется нотариально заверенный договор аренды. 90% арендодателей не хотят официально заключать договор аренды, чтобы не платить налоги, хотя правильно составленный договор сэкономит деньги и нервы в спорных ситуациях. В нем описывается состояние жилого помещения, прописывается ответственность и механизм доказательства ущерба, а также порядок расторжения договора аренды.

В ходе расследования было установлено, что арендатор имеет право застраховать арендуемое имущество самостоятельно или по требованию арендодателя на основании заключенного договора аренды, чтобы гарантировать возмещение стоимости (части стоимости) в случае неблагоприятного страхового случая.

Страхование осуществляется на основе договоров имущественного или личного страхования, заключенных застрахованным лицом со страховой компанией (страховщиком).

Многие домовладельцы не задумываются о страховании съемного жилья, считая это дорогим удовольствием, или страхуют жилье по обычной схеме, не предупреждая страховую компанию о жильцах. При оформлении полиса невозможно скрыть, что в квартире проживают жильцы — страховая компания расценит сокрытие такой информации как мошенничество и не выплатит компенсацию

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Автор благодарит научного руководителя к.э.н., доцента Глущенко Марину Евгеньевну, за помощь в редактировании статьи, за предложения и замечания к предварительным версиям статьи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Страхование недвижимости и риски его обуславливающие // ALLBEST: сайт. URL: https://otherreferats.allbest.ru/bank/00189602_0.html (дата обращения: 21.10.2022).

2. Страхование сданного в аренду имущества // ВИКИЧТЕНИЕ: сайт. URL: https://econ.wikireading.ru/19187 (дата обращения: 21.10.2022).

3. Особенности страхования недвижимости, сдаваемой в аренду // Ozlib.com: сайт. URL: https://ozlib.com/804111/tehnika/osobennosti_strahovaniya_nedvizhimosti_sdavaemoy_arendu (дата обращения: 21.10.2022).

4. Проблемы и перспективы развития имущественного страхования // ELAR: сайт. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/48181/1/rrfp_2016_2_100.pdf (дата обращения: 21.10.2022).

5. Общая характеристика рынка страхования недвижимости физических лиц // Cyberleninka: сайт. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/obschaya-harakteristika-rynka-strahovaniya-nedvizhimosti-fizicheskih-lits (дата обращения: 21.10.2022).

УДК 351.711

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО УПРАВЛЕНИЮ ГОСУДАРСТВЕННОЙ НЕДВИЖИМОСТЬЮ

М. Е. Глущенко
Омский государственный технический университет, Омск, Россия

M. E. Glushchenko
Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. Бурный рост и активное развитие российского рынка недвижимости обусловило совершенствование методов управления государственным недвижимым имуществом на уровне регионов/муниципалитетов. В статье уточнены и развиты такие элементы науки менеджмента как понятийный аппарат, типология, инструментарий, система оценочных показателей. При этом были применены общенаучные методы исследований – систематизация, формализация, наблюдение, измерение. Необходимость совершенствования методов имущественного менеджмента связано с тем, что государственное недвижимое имущество, как объект управления, является сложным и многофункциональным. Кроме того, через него реализуются важнейшие социально-значимые функции органов власти всех уровней. Таким образом, вопросы бережного, рационального и максимально эффективного использования государственной недвижимости являются одними из первоочередных в сфере государственного управления.

Ключевые слова: недвижимость, государственное имущество, управление, эффективность.

I. ВВЕДЕНИЕ

В Российской Федерации государство не только выполняет функции регулирования рынка недвижимости, но, являясь одним из основных собственников недвижимости, действует и в качестве активного участника этого рынка. Политика государства в сфере имущественного менеджмента определяется следующими приоритетами:

– увеличение доходов бюджета через эффективное управление государственным имуществом;

– оптимизация структуры государственной недвижимости для обеспечения устойчивого экономического развития страны, региона, муниципалитета;

– использование наибольшего количества государственных объектов недвижимости в социально-экономической деятельности страны, региона, муниципалитета;

– использование государственного имущества как средства обеспечения инвестиционных проектов по развитию страны, региона, муниципалитета;

– стратегическое партнерство с коммерческими организациями в части совместного использования государственной недвижимости для достижения устойчивого развития страны, региона, муниципалитета и роста благосостояния населения.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Для целей эффективного управления различными типами государственного недвижимого имущества необходимо использовать единые классификационные признаки, которые позволяют систематизировать всю возможную совокупность объектов государственной собственности.

III. ТЕОРИЯ

Признаки, не вызывающие разногласий в научной и прикладной сфере имущественного менеджмента, представлены на рис. 1.

Коммерческие объекты государственной собственности не финансируются из бюджетов. Их деятельность и функционирование полностью покрывается за счет доходов от коммерческой деятельности. Такие объекты остаются в собственности государства в том случае, если они не подлежат приватизации по действующему законодательству, либо если доходы от их коммерческой деятельности, поступающие в бюджет, превышают доходы бюджета от их возможной приватизации (с учетом будущей стоимости денежных потоков).



Рис. 1. Классификационные признаки в типологии государственной недвижимости

Объекты недвижимости административного назначения предназначены для выполнения государственных функций по реализации органами власти своих полномочий. Их деятельность обеспечивается из бюджетов соответствующих уровней в полном объеме.

В объектах недвижимости социального назначения реализуются общественно-значимые для населения функции социального и медицинского обеспечения, образования, культуры, искусства и другие. Эти функции, как функционирование самих объектов, в большей мере (либо полностью) финансируются из соответствующего бюджета, частично – из внебюджетных источников или путем предоставления льгот.

В объектах недвижимости смешанного использования, как правило, имеются зоны (площади, блоки) как коммерческого, так и социального назначения. Соответственно и содержание таких объектов будет иметь смешанный характер – от финансирования из бюджета, до покрытия за счет доходов от коммерческой деятельности.

Как было отмечено выше, основной задачей использования государственной недвижимости коммерческого назначения является повышения уровня доходности таких объектов. Перечень инструментов для достижения указанной цели, достаточно широк, и представлен на рис. 2.



Рис. 2. Инструменты повышения доходности объектов государственной недвижимости

При этом выбор конечного варианта использования объекта базируется на комплексном критерии эффективности, отражающем совокупность экономического и социального эффекта. Данный критерий может быть получен как некий интегральный результат. Экономический эффект определяется чистым денежным потоком, возникающим в результате эксплуатации объекта государственной собственности. Социальный эффект от коммерческого использования объекта недвижимости характеризуется параметрами, имеющими важное значение для благосостояния и развития общества в стране / регионе / муниципальном образовании: создание новых рабочих мест, расширение ассортимента социально-значимых услуг, повышение эффективности экономических процессов, экономические развитие территории, улучшение экологической обстановки, развитие инфраструктуры и т.д.

Кроме ожидаемого социально-экономического эффекта на выбор того или иного способа использования государственной недвижимости оказывают влияние следующие факторы: состояние объектов недвижимости, требуемый объем капитальных вложений для их полноценного функционирования, территориальное расположение, наличие обременений и ограничений в использовании, возможность перманентного исполь-

зования, наличие полного пакета документации, требуемой для запуска объекта в активный хозяйственный оборот и некоторые другие.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Для оценки успешности принятых управленческих решений на уровне субъекта Федерации по использованию объектов государственной недвижимости в коммерческом обороте требуется сформировать совокупность экономических показателей, отражающих объем, структуру, состояние объектов недвижимого имущества и эффективность их использования.

Перечень используемых показателей может включать как количественные, так и качественные экономические показатели.

К качественным параметрам успешного управления государственной недвижимостью будут относится показатели эффективности. Они обеспечивают конечную оценку результатов деятельности субъекта Федерации и включают в себя две группы показателей – доходности и затратности деятельности по управлению объектами государственной недвижимости.

Показатели доходности (эффективности доходов) включают: отношение доходов от использования недвижимости к стоимости государственной недвижимости; отношение доходов от коммерческой недвижимости к стоимости объектов коммерческой недвижимости, отношение доходов от коммерческой недвижимости к общей стоимости государственных объектов недвижимости;

Показатели затратности (эффективности расходов) по содержанию и эксплуатации недвижимости могут быть представлены следующим минимально-достаточным перечнем: отношение доходов от государственной недвижимости к расходам на её содержание и эксплуатацию; отношение доходов от коммерческой недвижимости к расходам на содержание и эксплуатацию коммерческой недвижимости.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Предложенная система критериев, характеризующих масштабность и эффективность использования недвижимости субъекта Федерации РФ, базируется на данных реестра федерального имущества и бюджетов субъектов Федерации, с использованием данных учета и отчетности государственных, муниципальных и коммерческих организаций, которые реализуют функции по управлению государственной недвижимостью.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, рассматривая особенности управления государственной недвижимостью можно отметить важную для этой сферы тенденцию: государство включает в рыночный оборот все большее количество объектов государственной собственности. В связи с этим возникает объективная необходимость в совершенствовании имущественного менеджмента на государственном уровне с использованием рыночного инструментария.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Казанцева Н. В. Имущественный менеджмент - новое направление отраслевого менеджмента // Развитие концепций управления: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Москва, 11 нояб. 2021 г.). М.: Изд-во гос. ун-т управления, 2021. С. 39–41.

2. Рожков Е. В. Институциональная теория и процессы цифровизации недвижимого государственного имущества (на региональном уровне) // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2022. № 1. С. 248–260.

3. Федулова С. Ф. Оценка эффективности использования государственного и муниципального имущества и влияние на показатели бюджета Удмуртской республики мероприятий в сфере имущественных и земельных отношений // Вестник Удмуртского университета. Сер. Экономика и право. 2020. Т. 30, № 6. С. 838–843.

УДК 342.95

ВОПРОСЫ ВОЗМОЖНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА НАЦИОНАЛЬНЫХ КРЕПКИХ СПИРТНЫХ НАПИТКОВ В РОССИИ

М. А. Григорьев[1], **А. И. Ставцев**[2]

[1]*к.б.н., доцент кафедры Технологии бродильных производств и виноделие,*
ФГБВОУ ВО «Московский государственный университет пищевых производств», г. Москва, Россия
[2]*Магистрант кафедры Технологии бродильных производств и виноделие,*
ФГБВОУ ВО «Московский государственный университет пищевых производств», г. Москва, Россия

M. A. Grigoriev[1], **A. I. Stavtsev**[2]

[1]*Ph.D., Associate Professor of the Department of Fermentation Technology and Winemaking,*
Moscow State University of Food Production, Moscow, Russia
[2]*Master's student of the Department of Fermentation Production Technology and Winemaking,*
Moscow State University of Food Production, Moscow, Russia

Аннотация: Статья посвящена анализу проблем производства отечественных крепких традиционных спиртных напитков на основе зернового дистиллята в России, организации производства продукции с учетом технологических особенностей производства и возможности использования типового технологического оборудования, а также проблем законодательного регулирования производства. В статье рассмотрены нормативно-правовые акты, закрепляющие статус зернового дистиллята, традиционных спиртных напитков, самогона, а также требования по их производству в России. В заключение даются практические рекомендации по адаптации применения (использования) типового основного технологического оборудования ликёро-водочных заводов для целей организации выпуска самогона.

Ключевые слова: крепкие спиртные напитки, традиционные русские крепкие спиртные напитки, зерновой дистиллят, самогон, технология производства, производство и оборот алкогольной продукции.

I. ВВЕДЕНИЕ

В связи с последними событиями, связанными с западными санкциями в отношении России, а также ограничением поставок импортных крепких алкогольных напитков (виски, коньяк, ром) приоритетным направлением развития алкогольной отрасли России является организации производства национальных отечественных спиртных напитков на основе зерновых дистиллятов, в частности – исконно русского спиртного напитка – полугара (самогона). Анализ рынка крепких спиртных напитков России, показывает наличие большого потенциала для его производства (Таблица 1) [8].

Таблица 1

Показатели продажи крепких спиртных напитков в России в 2015–2020 годах

Год	Объём рынка, млрд. руб.	Темпы роста, %
2015	98	15
2016	119	23
2017	140	21
2018	134	-6
2019	138	4
2020	139	5

Как видно из данной таблицы рынок крепких спиртных напитков в России активно демонстрирует устойчивое развитие. Потребление крепкого алкоголя традиционно высокое, в т.ч. по таким показателям как иностранные напитки – виски, коньяк. Все это дает возможность эффективного развития отечественных национальных, исконно русских спиртных напитков, которые могут стать не только полноценным заменителем импортной алкогольной продукции, но и потеснить производство водок и ликеро-водочных изделий.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Несмотря на большой потенциальный рынок крепкого алкоголя, производство традиционных крепких спиртных напитков, на основе зерновых дистиллятов, в нашей стране, в настоящее время, не получило широкого распространения в связи со спецификой организации технологического процесса производства.

Для организации и запуска такого производства, основными задачами являются:

- возможность создания технологической системы по производству этих напитков, имеющих свою вековую историю, на основе технологического потенциала действующих передовых предприятий – важнейший аспект расширения пищевой отрасли с экономической точки зрения.
- анализ технологий производств и технологического оборудования существующих алкогольных предприятий, и подбор оптимального производства,
- адаптация технологии производства крепких национальных спиртных напитков под уже сложившуюся систему производства,
- проработка технологического обеспечения и дооснащение действующих производств.

Решение данных задач, позволит с минимальными капитальными вложениями и ресурсами организовать производство национальных спиртных напитков на основе зерновых дистиллятов и организовать импортозамещение.

III. ТЕОРИЯ

Согласно ГОСТ Р 56368-2015 «Напитки русские традиционные на натуральном сырье. Технические условия» самогон – это спиртной напиток из зернового сырья крепостью от 35 до 50% об., изготовленный путем одной или нескольких дистилляций сброженного сусла до крепости не более 80% об., таким образом, чтобы дистиллят имел аромат и вкус используемого сырья, с добавлением исправленной воды и обработкой напитка активным углем. [5]

Классической технологией производства крепких напитков на основе зерновых дистиллятов предусмотрены следующие технологические этапы (стадии):

- подработка зерна (очистка, помол);
- приготовления зернового сусла (разваривание, осахаривание);
- брожение;
- производство зернового дистиллята (перегонка бражки);
- водоподготовка;
- приготовление купажа (разведение зернового дистиллята исправленной подготовленной водой);
- очистка самогона (обработка напитка активированным углем);
- корректировка крепости напитка (с возможностью внесения добавок);
- фильтрация и розлив, укупорка и оформление готового напитка.

Учитывая специфику алкогольной отрасли России, все предприятия, связанные с выпуском спиртных напитков на основе этилового спирта и используемого типового технологического оборудования можно условно разделить на:

Спиртовые заводы, основным продуктом является этиловый спирт (как спирт ректификат, так и спирт-сырец),

Ликёро-водочные заводы производящие в основном водки и водки особые, а также ликёро-водочные изделия,

Винодельческие заводы, выпускающие коньячный дистиллят, коньяк (бренди), крепленые вина с добавлением этилового спирта. [1]

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ

Проведенный анализ технологического процесса, основного технологического оборудования и специфики производства показывает, что наиболее оптимальным вариантом возможного размещения производства крепких национальных напитков на основе зерновых дистиллятов является – его выпуск на базе существующих ликёро-водочных заводов. Типовое технологическое оборудование, установленное на таком заводе, подразумевает получение полуфабрикатов, а также обеспечение технологических стадий приготовления готового напитка, которое может быть применено и для производства полугара/самогона, в частности:

- парк емкостного оборудования,
- перегонная установка для приготовления ароматных спиртов или перегонная установка для переработки брака;
- установка серебряной фильтрации, для обработки готового напитка активным углем;

- оборудование водоподготовки;
- оборудование цеха розлива. [3]

В качестве оборудования для приготовления затора (зернового сусла) и производства бражки, имеется возможность использовать типовое технологическое оборудование мини пивоваренного завода:

- оборудование подработочного отделения (очистки и помола);
- сусловарочный агрегат;
- ЦКТ. [4]

Таким образом, как показывает проведенный анализ технологии производства традиционных крепких спиртных напитков и зерновых дистиллятов, действующие ликёро-водочные заводы имеют возможность без остановки выпуска основной продукции, организовать их производство на своем технологическом оборудовании с минимальными финансовыми вложениями (Таблица 2) [9, 10, 11].

Таблица 2

Расчёт стоимости оборудования для производства традиционных крепких спиртных напитков

Тип	Модель	Страна-производитель	Кол-во, шт.	Цена, руб.
Парк емкостного оборудования	Резервуар нержавеющий (1000 дал)	Россия	3	1 000 000
Перегонная установка для приготовления ароматных спиртов	Производственная экстракционно-дистилляционная установка «Аламбик» (200 дал), (10-15 дал/ч)	Россия	1	3 000 000
Установка серебряной фильтрации	Установка УСФ.2 (1000 дал/ч)	Россия	1	700 000
Оборудование водоподготовки	ПВО-03FK04-S-VIII-Z (5НСС) (2000 дал/ч)	Россия	1	2 000 000
Оборудование цеха розлива	Автомат розлива в бутылки и укупорки (1500-2000 бут/ч)	Россия	1	50 000 000
Итого	**X**	**X**	**X**	**58 700 000**
Оборудование подработочного отделения	Солододробилка универсальная (500 кг/час)	Россия	2	750 000
Сусловарочный агрегат	АС-500Т (500 дал)	Россия	1	1 000 000
ЦКТ	ЦКТ-8000 (800 дал)	Россия	2	1 000 000
Итого	**X**	**X**	**X**	**2 750 000**
Всего	**X**	**X**	**X**	**63 200 000**

Как видно из проведенного расчета, подобранного дополнительного технологического оборудования капиталовложения для дооснащения завода составляют – 63 200 000 руб., по сравнению с вновь запускаемым цехом.

V. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Как показано из проведенного анализа, у России имеется возможность заменить импортные крепкие спиртные напитки (виски, коньяк, ром и пр), поставка которых ограничена в Российскую Федерацию, отечественными аналогами, являющимися национальными (исконными) напитками.

Организация производства таких напитков может быть налажена на действующих заводах в качестве отдельных цехов, с применением типового технологического оборудования, которыми располагают данные заводы. Техническое дооснащение возможно осуществить за счет отечественного оборудования, являющегося типовым и выпускаемого в промышленных масштабах.

Расширение ассортимента выпускаемых отечественными заводами крепких традиционных спиртных напитков, таких как полугар, самогон, ратафия, смогут потеснить импортную продукцию и значительно расши-

рить долю рынка крепких алкогольных напитков, производимых на основе зерновых дистиллятов, что в свою очередь скажется на увеличении прибыли и рентабельности отечественного производителя.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. ТР ЕАЭС 047/2018. Технический регламент Евразийского экономического союза «О безопасности алкогольной продукции»: принят Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 5 дек. 2018 г. № 98. URL: https://sudact.ru/law/reshenie-soveta-evraziiskoi-ekonomicheskoi-komissii-ot-05122018/tr-eaes-0472018/?ysclid=lb4u3it542875011403 (дата обращения: 28.11.2022).

2. О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции: Федер. закон от 22 нояб. 1995 г. № 171-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 1995. № 48. Ст. 4553.

3. ПТР 10-12292-99. Производственный технологический регламент на производство водок и ликёроводочных изделий.

4. ВНТП-10М-93. Нормы технологического проектирования предприятий малой мощности пивоваренной промышленности». М.: Минсельхоз РФ, 1993. 70 с.

5. ГОСТ Р 56368-2015. Напитки русские традиционные на натуральном сырье. Технические условия: нац. стандарт. Введ. 2016-01-01. URL: https://internet-law.ru/gosts/gost/59678/?ysclid=lb4url3e6v473587119 (дата обращения: 28.11.2022).

6. ГОСТ 33880-2016. Напитки спиртные. Термины и определения»: утв. и введ. в действие Приказом Федер. агентства по техн. регулированию и метрологии от 30 нояб. 2016 г. № 1874-ст. Введ. 2017-08-01. URL: https://internet-law.ru/gosts/gost/63980/?ysclid=lb66p6kkzz129448012 (дата обращения: 28.11.2022).

7. ГОСТ 33723-2016. Дистиллят зерновой. Технические условия»: утв. и введ. в действие Приказом Федер. агентства по техн. регулированию и метрологии от 19 авг. 2016 г. № 924-ст. Введ. 2017-07-01. URL: https://internet-law.ru/gosts/gost/63317/?ysclid=lb66xbi1nj506059297 (дата обращения: 28.11.2022).

8. Рынок виски в 2020 году // Магазин исследований, РБК, 2020 год, 3-5 ст. URL: https://marketing.rbc.ru/catalog/?category=3112 (дата обращения: 28.11.2022).

9. Завод емкостного оборудования: сайт. URL: https://zeo55.ru/ (дата обращения: 28.11.2022).

10. НОМАС: сайт. URL: https://nomas.ru/ (дата обращения: 28.11.2022).

11. НПЦ ПромВодОчистка. URL: https://prom-water.ru/ (дата обращения: 28.11.2022).

УДК 336.221

НАЛОГОВЫЙ РИСК ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА

И. В. Григорьев

Аспирант Национального исследовательского университета ИТМО

Аннотация. Налоговая политика большинства компаний таит в себе много «подводных камней», которые могут повлечь большие финансовые потери. Кроме того, сама реализация инновационных проектов связана с повышенной неопределенностью. Целью данной работы является содействие в развитии понимания того, что инновационной компании необходимо идентифицировать полный перечень налоговых рисков. В статье в рамках первого этапа процесса риск-менеджмента – анализа риска, идентифицированы налоговые риски, сопутствующие инновационному проекту: как риски, связанные с использованием специфичных налоговых льгот, так и общие риски, сопутствующие процессу исчисления и уплаты налогов.

Ключевые слова: риск, налоговый риск, инновационные риски, риск-менеджмент, инновации.

I. ВВЕДЕНИЕ

В последнее время все больше компаний выстраивают корпоративные системы-риск менеджмента для эффективного управления рисками организации.

Как правило корпоративное управление рисками основывается на применении международных стандартов. Отечественные предприятия, как правило, берут за основу концепцию COSO ERM. Она описывает взаимо-

связь между риском, стратегией и стоимостью компании. Однако классический западный риск-менеджмент не вписывается в российские особенности бизнеса. Поэтому оптимальный вариант для каждой компании — выработать собственный стандарт [1].

Инновационные проекты действуют в ситуации повышенной неопределенности, а значит управлению рисками инновационного проекта стоит уделить особенное внимание.

При этом современной подход к управлению рисками заключается в том, что неопределенность таит в себе не только угрозы, но и возможности для роста. При рассмотрении инновационного проекта налоговому риску сейчас уделяется недостаточное внимание. Зачастую налоговые риски игнорируются или им уделяют внимание только в момент их негативного проявления. Однако, в инновационном проекте налоговые риски многообразны и различны. Пример идентификации таких рисков приведен в данной работе.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью исследования является систематизация и картография налогового риска инновационного проекта, привлечение внимания к широте и многообразию налогового риска для предприятия, вводящего в свет новый продукт или технологию.

Корпоративный риск-менеджмент начинается с этапа – анализа риска. На данном этапе важно идентифицировать все риски, свойственные проекту. Отсутствие полноты в перечне выявленных рисков – значительная проблема для дальнейшего успешного управления рисками.

III. ТЕОРИЯ

Обобщив литературу и международные стандарты по управлению рисками можно прийти к следующему выводу, риск – это не вероятность ущерба, который необходимо минимизировать. Риск – управленческая категория, с которой необходимо работать для достижения целей [2]. В ходе исследования было разработано следующее определение налогового риска. Налоговый риск - это вероятность отклонения результатов от поставленных целей организации в процессе исчисления и уплаты обязательных платежей. Важно уйти от определения риска, как некоего возможного ущерба, что очень часто можно встретить в отечественной литературе.

Многие исследования рассматривает налоговый риск с точки зрения его администрирования государственными органами власти. В данном исследовании налоговый риск рассматривается с точки зрения хозяйствующих субъектов – инновационных компаний. Налоговый риск – это не только вероятность доначисления налогов, привлечение к ответственности в виде начисления штрафов и пени, другие негативные последствия, связанные с действиями контролирующих органов, но и риск переплаты налогов в результате ошибок компании. Бухгалтер, сидящий в тиши кабинета, может нанести ущерб для компании не меньший, чем налоговые инспекторы, пришедшие на проверку.

Налоговая политика различных промышленных компаний таит в себе много «подводных камней», которые могут повлечь большие финансовые потери и даже банкротство организации. То есть часть компаний не смогли идентифицировать и предотвратить для себя даже наступление фатального налогового риска. Большинство компаний, подвергшихся значительным налоговым санкциям, даже не подозревали наличие у себя различных нарушений налогового права [3].

Первоначально компания должна дать ответ на вопрос – какие налоговые риски свойственны деятельности компании. Общее количество выявленных налоговых рисков компании может быть значительным: риск переплаты налога из-за ошибки бухгалтера; санкции налоговой инспекции; изменение законодательства в отношении используемой налоговой льготы и т.д. Данный этап называется этапом выявления налоговых рисков. Если компания выявила исчерпывающий перечень налоговых рисков, можно приступать к количественной их оценки [4].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В первую очередь внедрение инноваций ассоциируются с мерами административной поддержки. И в налоговом законодательстве количество мер для поддержки компаний, предлагающей произвести новый продукт или новую технология постоянно растет.

Перечислим основные преференции. К налоговым мерам поддержки предпринимателей относится: специальный инвестиционный контракт (СПИК), региональный инвестиционный проект (РИП), инвестиционный налоговый вычет (ИНВ) и льготы для резидентов особых экономических зон (ОЭЗ).

Каждый регион вправе выбирать: в каких программах они участвуют и устанавливать условия для получения льгот.

СПИК – участвуют проекты по созданию, модернизации и освоению производства промышленной продукции. А также по внедрению или разработке современной технологии из перечня Правительства (Распоряжение от 28.11.2020 № 3143-р). Участники проект могут воспользоваться нулевой ставкой по налогу на прибыль, ускоренной амортизацией, сниженной ставкой по налогу на имущество организации (устанавливает регион).

РИП – признается проект, целью которого является создание производств новых товаров, либо существенное увеличение действующего производства. Участники РИП получают возможность применять пониженные налоговые ставки по налогу на имущество организаций и по налогу на прибыль организаций. Инвестор должен числиться в реестре РИП, вести деятельность в указанных в НК РФ регионах и соблюдать инвестиционные лимиты, указанные в региональных законах (подп. 1 п. 1 ст. 25.8 НК РФ).

ИНВ – возможность получить вычет по налогу на прибыль из стоимости приобретенных основных средств. Зависит: от суммы инвестиций в основные средства; вида деятельности; среднемесячной заработной платы или среднесписочной численности сотрудников, что также устанавливается региональным законодателем.

ОЭЗ – меры поддержки отдельных регионов страны, главное условие: находится на территории особой экономической зоны. Предусматривает не только налоговые (освобождение от уплаты налога на прибыль, налога на имущество, земельного и транспортного налога), но и таможенные льготы (ввозные таможенные пошлины и импортный НДС).

Данные меры звучат заманчиво. Вот только бизнес не слишком стремится применять данные льготы. Так в Санкт-Петербурге на 01.07.2021 ИНВ применило 5 организаций, а РИП – 7. Почему так мало? Получить льготу у администратора мер поддержки инвестиций достаточно легко, но вот дальнейшее подтверждение налоговых льгот у бизнеса вызывает обоснованное беспокойство. Согласно арбитражной практике оследующее документальное обеспечение льготы нередко приводило к доначислениям раннее уменьшенных налогов по формальным признакам. В целом факторы риска можно поделить на два вида: внешние и внутренние (Таблица 1).

Таблица 1

Факторы, влияющие на возникновение налогового риска компании

Группы факторов	Описание факторов
Внешние факторы	- информационные: изменения позиций законодателя, арбитражных судов, налоговых органов и государственного регулятора; - экономические: изменения перечня налогов, уровня налоговых ставок, условий применения налоговых льгот и т.д. Макроэкономические стимулы на повышение или понижение налоговой нагрузки; - политические: изменение отношения органов власти к налогоплательщикам. Политическая мотивация на сбор дополнительных налогов.
Внутренние факторы	- организационные: недостаточная квалификация руководства и сотрудников, их осознанность в отношении корпоративного налогообложения, недостатки внутрикорпоративных коммуникаций по вопросам налогов, принятие неверных управленческих решений; - методологические: ошибки в методике ведения налогового учета; - технические: отсутствие в компании должным образом настроенного механизма налогового учета, исключающего ошибки в отражении финансово-хозяйственных операций; - финансовые: нехватка денег в компании на уплату налогов или на налоговый аудит.

Первоначальной задачей риск-менеджера является идентификация всех рисков инновационной компании, связанных с налогами. Выявление рисков должно охватывать все стороны налогового процесса, по результатам которого компания должна иметь исчерпывающий перечень собственных налоговых рисков. В Таблице 2 перечислены налоговые риски, сгруппированные по объектам их вызывающих, а также приведен состав подразделений компаний, ответственных за выявление конкретного риска.

Таблица 2

Пообъектный перечень налоговых рисков инновационной организации

Объект	Наименование риска	Ответственное подразделение
Система налогообложения	- риск доначисления налога, если налоговый орган докажет, что «центр прибыли» был искусственно перенесен на подконтрольные компании с такими системами налогообложения как УСН, ПСН, ЕСХН; - риск выбора такой системы налогообложения при которой компания переплачивает налог.	внутренний аудитор; бухгалтерия; юридическая служба; финансовая служба; топ-менеджмент.
Налоговые льготы	- риск отказа в предоставлении налоговым органом льготы; - отказ в правомерности использовании льготы по результатам проверки документов.	внутренний аудитор; бухгалтерия; юридическая служба; финансовая служба.
Аффилированность юридических лиц	- риск доначисления налога в случае если налоговый орган докажет взаимосвязь юридических лиц и пересмотрит сделки, заключаемые между ними	внутренний аудитор; юридическая служба; топ-менеджмент; финансовая служба.
Трансфертное ценообразование	- риск штрафов за не предоставление, неполное или не своевременное предоставление отчетности по трансфертному ценообразованию; - риск пересмотра налоговым органом цен по контрактам, заключенным между взаимозависимыми лицами	внутренний аудитор; бухгалтерия; юридическая служба; топ-менеджмент; финансовая служба.
Налоговые ставки	- пересмотр законодателем налоговых ставок в течении действия контракта.	внутренний аудитор; бухгалтерия; юридическая служба; топ-менеджмент; финансовая служба.
Налоговая отчетность	- риск несвоевременности предоставления отчетности; - риск блокировки расчетного счета в случае не представлении налоговой отчетности; - риск обнаружения несопоставимости показателей между различными отчетам.	внутренний аудитор; бухгалтерия.
Документооборот	-риск обнаружения недостатков в полноте и корректности первичных документов, подтверждающих финансово-хозяйственных операций.	внутренний аудитор; бухгалтерия; юридическая служба; финансовая служба; отдел продаж; служба снабжения.
Должная осмотрительность и осторожность при выборе контрагента	- риск признания контрагента «фирмой-однодневкой» с последующим доначислением налога (штрафов, пени) по операциям, связанным с таким контрагентом.	внутренний аудитор; бухгалтерия; юридическая служба; финансовая служба; отдел продаж; служба снабжения

Окончание табл. 2

Объект	Наименование риска	Ответственное подразделение
Налоговые платежи	- риск неполной или несвоевременной уплаты налога, повлёкший процедуру принудительного взыскания.	казначейство; бухгалтерия.
Методология отражения в учете финансово-хозяйственных операций	- риск ошибок в учете сложных операций, таких как лизинг, НИОКР, НМА и пр.	внутренний аудитор; бухгалтерия; юридическая служба; финансовая служба.
Применение операций, предусмотренных законом, уменьшающих налоговые обязательства	- риск переплаты налога в связи с не использованием таких операций как – начисление амортизационной премии, резервов по предстоящим расходам и т.д.	внутренний аудитор; бухгалтерия; юридическая служба; финансовая служба.
Выплаты физическим лицам	- риск переквалификации налоговым органом таких выплат, как физическим лицам – вознаграждение ИП, самозанятому, управляющему в заработную плату с доначислением страховых взносов.	внутренний аудитор; юридическая служба; финансовая служба.
Изменение налогового законодательства	- изменение ставок и сроков в налоговом законодательстве; - изменение перечня облагаемых операций; - ввод новых обязательных платежей.	внутренний аудитор; бухгалтерия; юридическая служба; топ-менеджмент; финансовая служба.
Изменения в смежных отраслях права	- риск значительных штрафов за несоблюдение норм валютного, таможенного, трудового законодательства.	внутренний аудитор; бухгалтерия; юридическая служба; отдел кадров; служба таможенного оформления.

После выявления рисков необходимо дать их стоимостную оценку. Оценка риска представляет собой одну из самых интересных проблем теории риск-менеджмента. Проблема усугубляется и тем, что в инновационных проектах, отсутствует большой массив известных количественных данных. В качестве выхода из ситуации возможно предложить метод реальных опционов использовать: модель оценки опционов Блэка-Шоулза (Black-Scholes Option Pricing Model) или биномиальную модель оценки опционов (Binomial Option Pricing Model).

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В таблице 2 приведено 21 налоговый риск инновационного проекта. Возможно, что другие исследователи покажут еще более значительное число рисков. Налогообложение – это одно из самых сложных законодательств и сторон хозяйственной жизни предпринимателя. Плоскость налогового права непредсказуема по динамике изменений и трактовке уже существующих норм, но это делает проблему интересной и приковывающую внимание теоретиков и практиков.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В статье проведен анализ налоговых рисков инновационного проекта в ракурсе инициализации как можно большего числа рисков налоговых отношений в ходе реализации инновационного проекта.

В процессе дальнейшего управления имеющимся списком рисков необходимо просчитать возможность возникновения следующих или даже новых рисков и пополнять реестр рисков с расчетом стратегии по реагированию на них. То есть вести работу на опережение через просмотр на срабатывание риск-триггеров [5].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Рыбкин Ю. Пять подходов к управлению риском // Финансовый директор. 2022. № 10. С. 32–35.
2. COSO: Enterprise Risk Management - Integrated Framework // COSO: сайт. 2017. URL: http://www.coso.org (дата обращения: 28.11.2022).
3. Григорьев И. В. Методика смягчения налогового риска промышленной компании // Russian Economic Bulletin. 2022. Т. 5, № 3. С. 204–207.
4. Григорьев И. В. Формирование системы управления налоговым риском промышленной компании // Russian Economic Bulletin. 2021. Т. 4, № 5. С. 122–126.
5. Белоусова Ю. Управление рисками проекта // ФТО: сайт. URL: https://fto.com.ru/blog/riski-proekta (дата обращения: 28.11.2022).

УДК 339.138

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

А. В. Двойнев, А. В. Тимофеев
Омский государственный технический университет

A. V. Dvoynev, A. V. Timofeev
Omsk State Technical University

Аннотация. В статье рассмотрены аспекты эмоционального маркетинга как эффективного инструмента при изучении особенностей поведения потребителей. Рассмотрены основные аспекты применения эмоционального маркетинга в современных условиях.

Ключевые слова: бренд, маркетинг, эмоции, инструмент.

I. ВВЕДЕНИЕ

С развитием потребительского самосознания необходимо и совершенствовать маркетинговые инструменты. Одним из таких перспективных инструментов, позволяющим предметно анализировать психологию покупателя, является эмоциональный маркетинг.В работе представлен анализ современной научной литературы по проблеме эмоционального маркетинга, чем и объясняется научная новизна данной статьи.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является на основе анализа работ отечественных авторов в научных периодических изданиях выявить проблемы и перспективы применения эмоционального маркетинга как инструмента для сбора информации об особенностях потребительского поведения

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд следующих задач:

- осуществить краткий обзор современной отечественной научной литературы по проблематике эмоционального маркетинга;
- выявить сущность и особенности эмоционального маркетинга;
- дать краткую характеристику сущности и особенностям применения эмоционального маркетинга в ГК ЭФКО;
- сформулировать выводы.

III. ТЕОРИЯ

Проблема эмоционального маркетинга является комплексной, включает в себя знания не только из маркетинга, но и тесно связана с такими разделами научных знаний как психология, социология. В рамках эмоционального маркетинга можно выделить несколько составляющих. Так, например, в работе А.В. Кучумова, А.В. Чайковской, М.В. Волошиновой, Ю.М. Бойковой [1] рассматривается такое явление как эмоциональный брендинг – и авторы делают вывод, что эмоциональный брендинг – это более «человекоориентированный» инструмент с применением которого возможен диалог между компанией и людьми – потребителями её услуг.

Также авторы делают вывод о том, что в уже сложившейся практике эмоционального брендинга широко применяются технологии бихевиористской психологии, которые представляют собой своего рода «тренировку» клиентов на выработку правильных, то есть в конечно итоге выгодных для компании действий.

В работе А.Д. Терновской, В.С. Мостовой, А.А. Лариной так же отмечается важность понятия «бренд» при изучении психологии потребителя. В частности, констатируется тот факт, что понятие «бренд» включает в себя три основных элемента: во-первых, рациональная выгода от обладания; во-вторых, внешний, физический облик; в-третьих, эмоциональная составляющая – то есть те чувства, которые испытывают потребители при обладании брендом (например, чувство гордости, чувство радости и т.д.) [4]. Также авторы делают вывод о том, что крайне важными при восприятии бренда являются те каналы, которые для этого восприятия используются: при этом из всех каналов наиболее «продуктивным» является визуальный канал.

В работе Д.В. Соловьевой, А.С. Землянной, Д.А. Савостина рассматривается проблема построения системы управления потребительским опытом на основе применения инструментов и приемов эмоционального маркетинга; при этом в качестве целевой аудитории авторы работы предлагают рассмотреть поколение так называемых «зумеров» - то есть того поколения, представители которого составляют подавляющую часть сегодняшней молодежи [2]. Свой выбор именно этого сегмента целевой аудитории авторы объясняют тем, что именно для «зумеров» крайне важным является ощущение эмоционального комфорта. Применение предлагаемого авторами методики предполагает реализацию семи шагов (этапов), в ходе реализации которых изучаются потребности и поведенческие реакции представителей целевой аудитории; также в рамках этого метода подробно учитываются факторы, оказывающие определяющее влияние на потребителя до, после и вовремя покупки. В рамках данной работы авторы рассматривают такое понятие как «точками контакта» - под которым может подразумеваться не только место, но и какой-либо персонаж, на определенном этапе символизирующий компанию.

В работе И.В. Тихомировой и В.Г. Жебалова [3] отмечается, что основой для эмоционального маркетинга является так называемый «эмоциональный интеллект» - то способность того или иного человека понимать чувства других людей и свои собственные; контролировать и направлять в нужное русло свои эмоции. Авторы также делают вывод о том, что для анализа эмоционального состояния потребителей необходимым является применение специальных методов, которые в самом общем виде можно разделить по их мнению на субъективные и объективные. При этом применение объективных методов предполагает в том числе и применение специального оборудования (например, средств видеофиксации), необходимого для того, чтобы можно было осуществить анализ тех факторов, которые влияют на психологию потребителей.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В современном маркетинге знания, полученные в ходе различных исследований, активно применяют при разработке и реализации маркетинговых стратегий. Одними из таких являются знания о типе темперамента человека. Выделают основные 4 типа темперамента:

Слон (флегматик) – очень стабильный человек. Это верные, скромные, терпеливые люди. На них можно положиться, потому, что они надёжные люди. Как правило, флегматики - это хорошие командные игроки, которые любят и умеют работать в команде. Они способны поддержать в трудную минуту. Люди с этим типом темперамента подолгу способны выполнять одну и ту же работу. Он любит правила и порядок. Слону нравятся места, где можно пообщаться и вместе подумать.

Тигр (холерик) – это доминант, он всегда первый. Можно подумать, что он гордый, но это не так. Он ориентирован на результат. Холерики отличаются прямотой, они самоуверенны и довольно смелы, темпераментны.

Обезьяна (сангвиник) – это инициативный человек. Более всего люди этото типа темперамента сосредоточены на взаимоотношениях. Они очень эмоциональные, восторженные натуры. Порой они спонтанны и болтливы. Сангвиники всегда оптимистичны, любят жизнь и умеют ею наслаждаться.

Муравьи (меланхолики) – кропотливые работники, стремящиеся к высококачественному выполнению работы. Этот тип темперамента сосредоточен на деталях и всех тонкостях работы. Это очень дисциплинированные люди. Весьма осторожны, имеющие аналитический склад ума, умеющие систематизировать свои знания.

Пример управления продажами с помощью давления на нужные «точки» эмоций у покупателей по выделенным психотипам покупателей можно проследить на примере ГК «Эфко».

Данная группа компаний имеет в своём арсенале множество брендов и одними из таких выступают бренды, выпускающие, растительное масло – это «Слобода» и «Altero». Стоимость за 1 литр рафинированного подсолнечного масла «Слабода» и «Altero» на одной продуктовой полке разняться – 142,99 рублей и 189,99 рублей соответственно.

Если масло «Слобода» разлита в стандартную и всем привычную тару, имеет стандартные позиции из подсолнечного рафинированного и нерафинированного масла, то масло бренда «Altero» имеет совершенно другую, изысканную форму тары, совершенно другой минималистичный дизайн, более высокую цену и разнообразие в ассортименте уже с совершенно другой стоимостью за 1 литр продукции, что уже подчеркивает принадлежность бренда к товарам другой потребительской категории.

Оба этих товара, несмотря на свои кардинальные различия, продаются одной компанией и выпускаются, грубо говоря, на одном заводе по схожим технологиям, но имеют совершенно разную целевую аудиторию, потому что вызывают разные эмоций.

В свою очередь масло бренда «Слобода» имея стандартные характеристики и доступную цену не вызывает особо никаких эмоций, что вполне подходит для холериков и флегматиков, в то время как масло «Altero» за счёт особенных характеристик вызывает у покупателя положительные эмоции, почувствовать свой престиж, которые заставят купить более дорогой продукт одной фирмы производителя таких покупателей как сангвиник и меланхолик.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе авторами был проанализирован ход исследования современными отечественными авторами такого перспективного инструмента как эмоциональный маркетинг. В ходе решения основных задач исследования была достигнута цель исследования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кучумов А. В., Чайковская А. В., Волошинова М. В., Бойкова Ю. М. Эмоциональный брендинг: новая парадигма управления отношениями с потребителями // Economic Consultant. 2019. № 3 (27). С. 19–26.

2. Соловьева Д. В., Савостин Д. А., Землянная А. С. Эмоциональный маркетинг как концепция управления потребительским опытом поколения z // Практический маркетинг. 2020. № 7 (281). С. 27–36.

3. Тихомирова И. В., Жебалов В. Г. Эмоциональный маркетинг: методы практического внедрения в российском бизнесе // Проблемы современной экономики. 2015. № 28. С. 33–39.

4. Терновская А. Д. Влияние эмоциональной составляющей бренда на лояльность покупателей // Молодой ученый. 2016. № 10 (114). С. 896–898.

УДК 338.242.2

О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ КРУПНЫХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Е. Ю. Дорохина

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия

E. Yu. Dorokhina

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

Аннотация. В работе показаны направления совершенствования процессов управления рисками крупных строительных проектов. Исследуются теоретические основы управления рисками, в том числе действие закона больших чисел. Проанализированы принципы эффективного управления рисками. Выявлены ключевые показатели целевого и фактического состояния управления рисками. Рассмотрены направления совершенствования культуры управления рисками, а именно: заинтересованность всех стейкхолдеров проекта, поддержка руководства строительного предприятия и развитие навыков управления рисками на уровне проекта.

Ключевые слова: управление рисками, проект, закон больших чисел.

I. ВВЕДЕНИЕ

В 1994 г. при завершении строительства туннеля под Ла-Маншем (ныне Евротоннель) английским правительством был подготовлен отчет «Методология заключения контрактов и договоров в строительной отрасли», подписанный М. Лэтэмом. На 14 странице отчета выделен абзац: «Ни один строительный проект не обхо-

дится без риска. Риском можно управлять, минимизировать, распределять, передавать или принимать. Этого нельзя игнорировать». Этих трех коротких предложений вполне достаточно, чтобы понять важность управления рисками для крупных строительных проектов и сделать использование системы управления рисками обязательным. Исследованию специфики процессов управления рисками крупных строительных проектов и посвящена наша работа.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Управление рисками проекта является обязательным фактором успеха строительного проекта. Различают стратегическое управлением рисками предприятия (направленное на обеспечение долгосрочного экономического выживания компании), тактическое управление рисками на оперативном уровне управления проектами (выполнение требований проекта), а также тактическое управление рисками на оперативном уровне конкретных работ. Мы будем рассматривать особенности процессов тактического управления рисками на оперативном уровне.

III. ТЕОРИЯ

Требование управления рисками крупных проектов обусловлено действием закона больших чисел, который гласит, что чем чаще происходит случайное событие, тем больше его характеристики приближаются к их теоретическому значению. Согласно классическому примеру, чем чаще вы бросаете кости, тем ближе вероятность выпадения шестерки приближается к 16,67%.

Выполнение крупного проекта – это, конечно, не реализация случайного события, поскольку планирование, предпринимательская осмотрительность и строительный надзор направлены на устранение случайностей. Тем не менее, есть отдельные области проекта, которые хорошо объясняются теорией вероятностей, в частности, такой областью является безопасность рабочих мест, где малейшие случайности могут в конечном итоге привести к несчастным случаям. Соответственно, закон больших чисел лучше работает для крупных проектов, где ожидаемые характеристики рисков реализуются гораздо чаще. Например, если бы при строительстве Готардского базового туннеля (это – самый длинный тоннель в мире, 57,1 км; проходит сквозь Альпы, соединяя Швейцарию и Италию) применялся тот же стандарт безопасности, что и при строительстве Готардского автомобильного туннеля, то число погибших составило бы 65 человек. Однако в начале проекта была четко осознана и оценена опасность строительства, и требованиям безопасности было уделено большое внимание. Были разработаны и включены в концепцию проекта соответствующие меры. Концепция предусматривала безопасные материалы, подходы к проектированию сооружений, средства индивидуальной защиты, адекватную организацию спасательных служб, а также мероприятия по обучению и информированию участников строительства. По сравнению с предыдущим строительством Готардских туннелей (железнодорожного и автомобильного) частота аварий была значительно снижена, но несмотря на все меры предосторожности, к сожалению, число жертв базового туннеля составило 9 человек.

Приведенный пример убедительно показывает, что управление рисками на самых ранних этапах проекта является абсолютной необходимостью. Тем не менее события, подчиняющиеся закону больших чисел, все равно происходят.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Управление рисками проекта часто ассоциируют с управлением затратами или защитой от претензий стейкхолдеров проекта. Это – очень большое заблуждение, так как управление рисками затрагивает все аспекты проекта. Недостаточно идентифицировать риски и ожидаемый денежный ущерб. Должны учитываться и вторичные последствия несчастных случаев, временные задержки, репутационный ущерб и т. д. [2].

Обязанностью любого руководителя проекта, в т.ч. инженеров, является защита от опасностей во всех их проявлениях (не только в отношении затрат). Для исполнения этой обязанности необходима разработка системы реагирования на риски, специфичной для каждого проекта.

В то время как финансовый контролер может хорошо справляться с финансовыми рисками, инженеру этого недостаточно. Он отвечает за предотвращение ущерба, связанного со всеми требованиями проекта, и использование соответствующих конструкций и сертификатов безопасности. Тем не менее много строительных предприятий ограничиваются денежной оценкой риска проекта без постоянных и эффективных мер по реагированию и контролю. Кроме того, отмечается общая тенденция к математизации управления рисками. К сожалению, моделирование Монте-Карло часто создает лишь иллюзию точности оценки риска.

Осмысление рисков, направленное на то, чтобы сознательно противостоять опасностям, не может быть заменено исключительно компьютерными расчетами [1].

В связи с этим успешное управление рисками проекта характеризуется следующим.

1. Простота.

Простые в реализации качественные и полуколичественные методы, позволяющие получить интуитивно понятные портфели рисков, в строительной отрасли неправомерно уступают место сложным, часто непонятным количественным методам (например, методу моделирования Монте-Карло).

2. Применение на ранних этапах жизненного цикла проекта.

Известно, что на ранних этапах проекта имеется максимальное количество рычагов управления. Соответственно управление риска должно начинаться уже на этапе инициации проекта и должно продолжаться в течение всего жизненного цикла.

3. Разработка под конкретный проект.

Управление рисками должно учитывать специфику конкретного проекта. Безусловно следует использовать общепринятые методы и процессы анализа рисков, а также опыт других проектов, но всегда с учетом

ограничений конкретного проекта. Подход «копировать – вставить» для крупных строительных проектов не работает.

4. Управление рисками как инструмент управления на разных уровнях.

Управление рисками является важным инструментом в управлении проектами и компанией в целом [3], поэтому важно иметь правильное представление о портфеле рисков и соответствующую систему реагирования. Ответственность за поэтапное реагирование и соответствующий контроль должны регулироваться в рамках процессов управления рисками.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Потребность в реагировании определяется целевым состоянием, к которому мы стремимся в ходе управления рисками, и фактическим состоянием на текущий момент. Целевое состояние для крупных проектов может быть определено следующим образом. Идентификация, анализ рисков, а также разработка адекватных контрмер должны быть предопределены в обязательном порядке и являться предпосылкой для бюджетного финансирования.

Управление рисками должно основываться на стандартах ISO 31000. Его следует использовать уже при анализе потребностей в управлении, его следует постоянно применять, а также контролировать и документировать. Методы идентификации и количественной оценки рисков должны быть определены застройщиком к началу проекта, в т.ч. и используемые цифровые технологии. Все стейкхолдеры проекта (проектировщики, руководители строительства и строители) своевременно вовлекаются в процесс управления рисками. Это гарантирует, что опасности и шансы выявляются на ранней стадии, а соответствующее планирование мероприятий осуществляется своевременно.

Риски, идентифицированные и оцененные экспертным путем по вероятности возникновения и ущербу, должны учитываться в бюджете проекта. Риски, возникающие в рамках текущих проектов, должны регистрироваться и размещаться в базах данных.

Фактическое состояние может анализироваться следующим образом.

Тот факт, что риски проекта не распознаются должным образом или игнорируются, особенно на ранних этапах проекта, необходимо решать с помощью надлежащих мер. Это может быть достигнуто только в том случае, если все заинтересованные стороны проекта примут и внедрят в свое мышление принципы профессионального управления рисками.

Для этого во многих странах требуется изменить культуру управления рисками. Культура определяет политику в отношении рисков, позволяющую не только инициировать необходимые изменения в процессах управления, но и реализовывать их на устойчивой основе. Только с целостным подходом, направленным на минимизацию рисков на всех этапах проекта, можно прийти к устойчивым улучшениям. По этому пути предлагается пойти всем участникам проекта.

Желание как часть культуры управления рисками

Устойчивого успеха в крупномасштабном сложном проекте можно добиться только в том случае, если его поддерживают все партнеры проекта, несмотря на различия в интересах и предпринимательских способностях. Каждый партнер проекта должен понимать и уважать цели другого. Строители должны поддерживать цели заказчика, а заказчик, в свою очередь, должен поддерживать стремление к разумному экономическому успеху (при условии, что это – заслуга строительного предприятия).

При этом каждый партнер проекта должен понимать, что на пути к цели существуют и шансы и опасности, с которыми нужно справиться. Нужна воля, чтобы осознанно управлять рисками проекта. Отказ от целенаправленного анализа рисков с использованием стандартных аргументов, таких как «у нас есть более важные дела», «в любом случае мы ничего не добьемся, поскольку не можем получить финансирование» или «мы все

равно справимся с рисками», не соответствует требованиям сегодняшнего дня и является одной из самых серьезных угроз успешной реализации проекта.

Доверительное партнерство является основным условием для своевременного выявления и преодоления рисков проектной организации. Фокусировка проекта – это полезнейший инструмент, который определяет наиболее важные цели проекта, правила игры для взаимного доверительного сотрудничества, необходимые для соблюдения в повседневной жизни.

Основным условием для реализации проекта является взаимоуважение и доверительные отношения. Опыт показывает, что доверие друг к другу является очень ранимым. Как говорил Отто фон Бисмарк: «Доверие – это нежное растение; если оно уничтожено, то больше не вернется».

Поддержка со стороны руководства

Изменения в культуре рисками не могут быть принудительными. Хотя они в значительной степени зависят от поведения руководителей проектной организации и политической среды. Если лица, принимающие решения, поддерживают изменения, то они зачастую оказываются эффективными.

В рамках профессионального управления рисками руководству компании предлагается четко сформулированная стратегия управления рисками для каждого проекта. Оценивается рискоспособность предприятия. Руководители компании определяют, каков будет подход к шансам и опасностям, будут ли они оцениваться со страхом, дотошностью, невежеством или с ответственностью и осознанием.

Времена, когда руководители инфраструктурных компаний или политики требовали от руководителей проектов не раскрывать риски проектов, должны быть окончательно пройдены. Полная прозрачность, в том числе и в отношении портфеля рисков, – это характеристика сегодняшнего дня.

Навыки управления рисками

Реализация крупных проектов – это не что иное, как последовательность большого числа процессов планирования и исполнения.

На каждом этапе процесса руководители проекта должны постоянно отвечать на следующие два ключевых вопроса.

1. Какие риски могут помешать целям проекта или какие опасности необходимо преодолеть?

2. Какие возможности могут способствовать достижению целей проекта или какие возможности могут быть использованы?

С точки зрения организации управления рисками все относительно просто. Для крупных строительных проектов приемлемо большинство подходов управления рисками. Реализуются процессы идентификации, анализа рисков, разработки системы реагирования, мониторинга и контроля. В строительной отрасли хорошо зарекомендовала себя оценка рисков с использованием качественных или полуколичественных методов.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Успешное выполнение проекта основано на учете таких факторов, как тщательная подготовка проекта; выбор подходящих организационных форм и оптимальных процессов; последовательное управление рисками с самых ранних этапов. Управление рисками должно заблаговременно выявлять любые виды опасностей или возникающих возможностей.

За последние 30 лет управление рисками в строительстве стало более качественным и профессиональным, что в немалой степени произошло вследствие преодоления множественных банкротств предприятий. Чтобы ускорить внедрение системы управления рисками, целесообразно финансировать крупные проекты развития общественной инфраструктуры только после оценки потенциальных рисков.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Lombardi G. Kosten im Tunnelbau - vom Voranschlag zum Endpreis: Vortrag an der Generalversammlung der FGU / Fachgruppe für Untertagbau des Schweizerischen Ingenieur- und Architektenvereins (Hrsg.). Vom 14. Mai 2004, Zürich. URL: https://www.lombardi.ch/fr-fr/SiteAssets/Publications/1202/Pubb-0382-L-Kosten%20im%20Tunnelbau%20vom%20Voranschlag%20zum%20Endpreis.pdf (дата обращения: 28.11.2022).

2. Дорохина Е. Ю. Риски строительных проектов: теория и практика управления: моногр. Санкт-Петербург, 2009. 235 с.

3. Дорохина Е. Ю. Ресурсы покрытия рисков на предприятии: проблемы оценивания // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. 2009. № 3. С. 116–120.

УДК 336.02

АНАЛИЗ МЕТОДОВ НАЛОГОВОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (В КОНТЕКСТЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)

В. А. Драпеза
Академия управления при Президенте Республики Беларусь, г. Минск, Республика Беларусь

V. A. Drapeza
Academy of Public Administration under the aegis of the President of the Republic of Belarus, Minsk, Belarus

Аннотация. В статье рассматривается зарубежная практика налогового стимулирования малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) и отдельные её положения на предмет возможности применения в контексте Республики Беларусь с целью развития МСП как одного из определяющих факторов устойчивого развития современной национальной экономики. Перечень выбранных стран составлен на основании их месторасположения и степени зрелости системы государственной поддержки МСП. По результатам исследования установлено, что ряд положений из зарубежной практики, за исключением нескольких, не являющихся актуальными в контексте Республики Беларусь, можно адаптировать.

Ключевые слова: государственная поддержка, малое и среднее предпринимательство, методы налогового стимулирования.

I. ВВЕДЕНИЕ

Налоговое стимулирование является одним из приоритетов Республики Беларусь в области государственной поддержки малого и среднего предпринимательства, указанных в ряде основополагающих нормативных правовых актов данной сферы (стратегия развития, государственные программы, указы Президента Республики Беларусь).

Комплексная система налогового стимулирования МСП в Республике Беларусь находится на стадии становления, и существует ряд проблем, препятствующих ускорению данного процесса. Особое внимание следует уделить методам налогового стимулирования и их возможному применению.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Становление вышеуказанной комплексной системы предполагает изучение лучших зарубежных практик государств, показавших исключительные положительные результаты в данной области, и анализ применимости их положений, методов и мер.

Для рассмотрения были выбраны следующие государства: США, Германия, Норвегия и Китай.

III. ТЕОРИЯ

Соединённые Штаты входят в число пионеров в области налоговой поддержки малого и среднего предпринимательства. Одними из самых действенных методов, выбранных государством, являются:

1. Снижение налоговых ставок – предусмотрены по две ставки налога на прибыль (обычная и сниженная) для субъектов МСП и корпораций соответственно. Это позволяет небольшим организациям конкурировать с большими корпорациями.
2. Использование прогрессивно-регрессивной шкалы налогообложения – шкала позволяет субъектам МСП иметь пониженные налоговые ставки, а, в свою очередь, для предупреждения фальсификации данных о производственно-финансовой деятельности самых крупных организаций применяется регресс налоговой ставки.
3. Налоговые каникулы по налогу на прибыль – применяются для облегчения этапа становления малой и средней организации с финансовой точки зрения.
4. Использование приростной формы налогового исследовательского кредита для субъектов МСП.
5. Налоговые льготы, направленные на эффективность обновления основных средств, – с 1981 года действует нормативный правовой акт, призванный ввести в субъекты МСП политику амортизации.
6. Списывание расходов на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы – государство может списать от 50 до 100% расходов на их разработку в любых организациях, что особенно актуально для

малого и среднего предпринимательства при разработке инновационных проектов, способных потенциально принести значительную прибыль в будущем [1].

Германия как одно из ведущих государств-членов Европейского союза также применяет ряд мер для повышения эффективности деятельности субъектов МСП:

1. Уменьшенная ставка налога на прибыль (как и в случае с США).
2. Увеличение общих норм амортизации основных фондов – законодательно позволяет ускорить амортизацию малых и средних организаций и увеличить возможности их самоинвестирования.

Опыт скандинавских стран, ярким представителем которых является Норвегия и которые известны одними из самых высоких показателей Индекса человеческого развития, богат следующими мерами:

1. Наличие у субъектов МСП права на полнообъёмный исследовательский налоговый кредит, который выдаётся лишь после рассмотрения научных проектов до предоставления льготного налогообложения советом независимых экспертов.
2. Создание специальных режимов налоговой помощи для субъектов МСП в определенных районах, для новых инновационных предприятий [2].

Восточно-азиатские страны, в особенности Китай, в последние годы значительно ускорились в развитии именно за счёт малых и средних организаций и могут служить источником ценного опыта налогового стимулирования МСП в виде следующих мер:

1. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства является обязанностью государственных органов, при этом истекающие из данной обязанности мероприятия носят самый прямой и косвенный характер.
2. Применение разнообразных льгот, зависящих от сектора экономики, в которой субъект МСП осуществляет деятельность.
3. Уменьшение или полное избавление от локальных сборов.
4. Активная политика налогового дисконтирования или налоговой амнистии [3].

Важно отметить, что в Республике Беларусь уже применяются некоторые из описанных мер, такие как льготирование в зависимости от сектора экономики, создание специальных налоговых режимов в зависимости от территориальной принадлежности, частичное или полное освобождение от уплаты налогов при занятии инновационной деятельностью, снижение налоговых ставок.

Однако они в большей степени актуальны для индивидуальных предпринимателей, нежели полностью для всех субъектов МСП.

Некоторые из положений зарубежной практики не являются актуальными для Республики Беларусь (отсутствие значительных локальных сборов, доказанность низкой эффективности налоговых каникул по налогу на прибыль в долгосрочной перспективе, значительная сложность и сомнительная полезность внедрения прогрессивно-регрессивной шкалы налогообложения), в связи с чем изменение налогового законодательства и принятие мер, направленных на их реализацию, является нецелесообразным.

IV. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Содержательная часть перечня методов и мер налогового стимулирования может и должна подвергаться постоянному анализу на предмет эффективности и актуальности отдельных его пунктов и, в случае необходимости, дополняться государственными органами соответствующего профиля.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, примерный открытый перечень методов и мер налогового стимулирования, потенциально применимых в Республике Беларусь, основанный на лучших положениях зарубежной практики и отвечающий требованиям современной национальной экономики, может учитывать льготы, направленные на эффективность обновления основных средств и увеличение общих норм амортизации основных фондов, а также использование уже существующих мер налогового стимулирования индивидуальных предпринимателей для малых и средних организаций.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Данная статья написана в процессе выполнения научно-исследовательской работы «Совершенствование механизмов поддержки развития малого и среднего предпринимательства в регионах Республики Беларусь» в рамках выполнения задания 7.3 «Экономика» Государственной программы научных исследований «Общество и гуманитарная безопасность белорусского государства» 2021-2025 гг., номер государственной регистрации 20211678.

Научный руководитель – Климкович Н. И., старший преподаватель кафедры экономического развития и менеджмента Института управленческих кадров Академии управления при Президенте Республики Беларусь.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Горовцова М. А. Налоговое стимулирование малого предпринимательства в зарубежных странах // Налоги и финансовое право. 2012. № 5. С. 274–280.

2. Налоговое стимулирование инновационных процессов / отв. ред. Н. И. Иванова. М.: ИМЭМО РАН, 2009. 160 с.

3. Линь Ч. Л., Цзе Л. Государственная поддержка малых и средних предприятий в Китае // Беларусь и мировые экономические процессы: сб. науч. ст. Минск: Изд-во БГУ, 2009. Вып. 5. С. 149–155.

УДК 005.572

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОНСАЛТИНГОВОЙ ОТРАСЛИ В РФ

С. С. Ефимова

Московский государственный технический университет гражданской авиации, Москва, Россия

S. S. Efimova

Moscow State Technical University of Civil Aviation, Moscow, Russia

Аннотация. В данной статье рассмотрен рынок консалтинговых услуг, который в настоящее время пользуется спросом у бизнеса для решения проблем экономического кризиса из-за недостаточного уровня квалификации руководства. Автором изложены основные тенденции развития консалтинга в Российской Федерации, проведен анализ состояния рынка консалтинга на основе динамики суммарной выручки рынка консалтинговых услуг, доли консалтинговой отрасли в ВВП, а также даны рекомендации по дальнейшему рассмотрению консалтинговой деятельности.

Ключевые слова: консалтинг, консалтинговые услуги, рынок консалтинговых услуг.

I. ВВЕДЕНИЕ

Консалтинг - профессиональная помощь со стороны специалистов по управлению (консультантов) руководству различных организаций (клиенту) в анализе и решении управленческих проблем, осуществляемая в форме советов, рекомендаций и совместно вырабатываемых с клиентом решений на возмездной договорной основе [1]. В Российской Федерации консалтинг появился в 1990-х годах [2], и в настоящий момент с каждым годом спрос на консалтинговые услуги возрастает в связи с происходящими ситуациями в стране и в мире, развитием бизнеса, усовершенствованием и цифровизацией его работы [3].

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Задачами данной работы является исследование развития рынка консалтинговых услуг, анализ динамики основных показателей консалтинга, рейтинга консалтинговых групп/компаний.

III. ТЕОРИЯ

В секторе консалтинговых услуг в Российской Федерации с 1900-х годов и до 2022 года можно выделить 12 основных тенденций развития:

1. Перевод теоретических аспектов в практические сопровождался стабильным развитием производства с помощью работы консультанта, выступавшей в роли справочника [4].

2. Развитие узкоспециализированных консалтинговых компаний, а также появление первых заказов от государственного и муниципального управления.

3. Появление самостоятельной Ассоциации консультантов по управлению и организационному развитию (АКУОР) [5].

4. Динамический рост цен на консалтинговые услуги.

5. Преобладающее большинство консалтинговых фирм размещалось в Москве и Санкт-Петербурге [6].

6. Создание Национального института сертифицированных консультантов по управлению (НИСКУ) для контроля соответствия “цена-качество” предоставляемых услуг консультантов.

7. Тесное сотрудничество Школы консультантов по управлению Академии народного хозяйства (АНХ) при Правительстве РФ НИСКУ.

8. Увеличение числа профессиональных консультационных объединений в ходе усиления стремления к новому общению и обмену опытом.

9. Спрос на экспертные услуги постепенно дополняется спросом на процессное консультирование [5].

10. Активизация спроса на аудиторские услуги, в частности на налоговый аудит в связи с переходом фискального надзора в цифровую нишу.

11. Актуализация количества услуг по антикризисному консалтингу для снижения затрат, поиска новых источников финансирования в условиях кризисной ситуации.

12. Возрастание спроса и востребованности услуг консалтинговых компаний [4].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В России темпы роста сферы консалтинговых услуг очень значительные: так за период с 1991 г. по 2021 г. количество компаний на рынке увеличилось с примерно 20 [7] до 180 ведущих компаний, представленных в рейтинге RAEX [8].

На основе статистических данных по 180 крупнейшим консалтинговым группам и компаниям (за исключением выбывшего из рейтинга компании «ЛАНИТ»), представленных Рейтинговым агентством RAEX («Эксперт РА») можно представить анализ тенденций в развитии рынка консалтинговых услуг в Российской Федерации, где суммарная выручка ведущих консалтинговых групп/компаний рэнкинга 2021 года составила 96,236 млрд рублей, увеличившись за год на рекордные 12%, темпы которой обогнали официальную инфляцию (8,5%) и показали лучший результат для последних лет: в 2020 году они были 5% (при инфляции 4,9%), а в 2019 году – 2% (при инфляции 3%) [3]. Для того, чтобы детально проанализировать динамику развития рынка консалтинга, рассмотрим динамику темпов роста выручки за последние 10 лет (рис. 1).

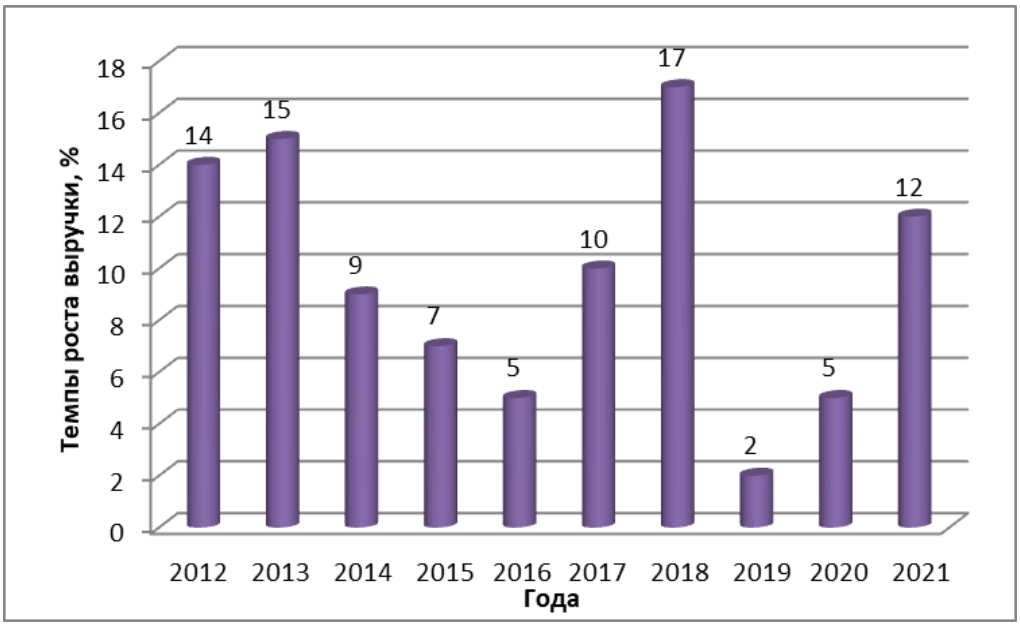


Рис. 1. Динамика темпов роста выручки ведущих консалтинговых групп и компаний за последние 10 лет (%)

Источник: составлено автором самостоятельно на основе официальных данных Рейтингового агентства RAEX (“Эксперт РА”) [8].

В 2014 году прослеживается резкое снижение данного показателя в связи с валютно-экономическим кризисом и происходит это вплоть до 2016 года. Далее также наблюдается сильное падение темпов роста выручки консалтинговых групп и компаний из-за распространения коронавирусной инфекции COVID-19.

На сегодняшний день рынок консалтинговых услуг в Российской Федерации можно представить в следующем виде:

Таблица 1

Топ-10 ведущих консалтинговых групп и компаний российской федерации за 2021 год

Консалтинговая группа/компания	Специализация	Место по итогам 2021 года	Место по итогам 2020 года	Отклонение (+/-)
ЛАНИТ	ИТ	-	1	Выбыл из рейтинга
«Эрнст энд Янг»	Аудит и консалтинг	2	2	Не изменился
«Технологии Доверия» (ТеДо) (ex. «PricewaterhouseCoopers»)	Аудит и консалтинг	3	3	Не изменился
КПМГ	Аудит, налоги, консалтинг	4	4	Не изменился
«КРОК»	ИТ	5	5	Не изменился
Группа «Борлас»	ИТ	6	7	+1
Юникон, группа	Аудит и консалтинг	7	6	-1
СберРешения	Аутсорсинг и финансовый консалтингг	8	8	Не изменился
«Спектрум-Холдинг»	Аудит и консалтинг	9	9	Не изменился
ITPS	Аудит, консалтинг, ИТ	10	-	Отсутствовало место в рейтинге в 2020 году

Источник: составлено автором самостоятельно на основе официальных данных Рейтингового агентства RAEX («Эксперт РА») [8].

Согласно рейтингам агентства RAEX, в 2021 году изменений в первой пятерке лидеров не наблюдается, а также группы и компании, находящиеся на 8 и 9 местах в 2020 году остались на прежних местах в 2021 году. Конкурировали между собой только консалтинговые группы «Борлас» и Юникон. Стабильность в позициях рейтинга может быть обусловлена недостаточным уровнем конкуренции между консалтинговыми группами и компаниями. Небольшие консалтинговые группы и компании могут быть подвержены влиянию пребывания на рынке более крупных игроков.

Состояние экономики напрямую влияет на развитие консалтинга. Темп экономического роста в стране можно определить с помощью темпа прироста ВВП, а его, в свою очередь, через соотношение объемов ВВП за определенный период. А уровень развития рынка консалтинговых услуг можно определить по темпам роста рынка консультирования и доли консалтингового сектора в ВВП страны. Для определения характера развития рынка консалтинговых услуг проведем сравнение индексов объема ВВП и объема консалтинговых услуг за равный период.

Таблица 2

Динамика валового внутреннего продукта и объема консалтинговых услуг за период 2018-2021 гг.

Показатель	Год			
	2018	2019	2020	2021
ВВП (в текущих ценах), млрд руб.	104335,0	109608,3	107315,3	131015,0
Индекс объема ВВП (в % к предыдущему году)	102,5	102,2	97,3	104,7
Объем Топ-180 консалтинговых компаний, млрд руб.	107,1	98,4	102,53	96,236
Индекс объема консалтинговых услуг, (в % к предыдущему году)	110,3	91,88	104,2	93,86
Доля консалтинговых услуг в ВВП, %	0,1	0,09	0,096	0,07

Источник: рассчитано автором самостоятельно на основе официальных данных Федеральной службы государственной статистики и Рейтингового агентства RAEX («Эксперт РА») [8,9].

По полученным данным можно сделать вывод, что рынок консалтинга нестабилен: до 2019 наблюдается снижение спроса на консалтинговые услуги, при этом наблюдается отставание от индекса объема ВВП; далее можно заметить спрос на консалтинговые услуги и опережение индекса объема ВВП; затем в 2021 году происходит обратная ситуация.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Для оценки роли консалтингового сектора в развитии экономики проведем сравнение индексов объема ВВП и объема консалтинговых услуг за период 2018-2021 гг (рис. 2).

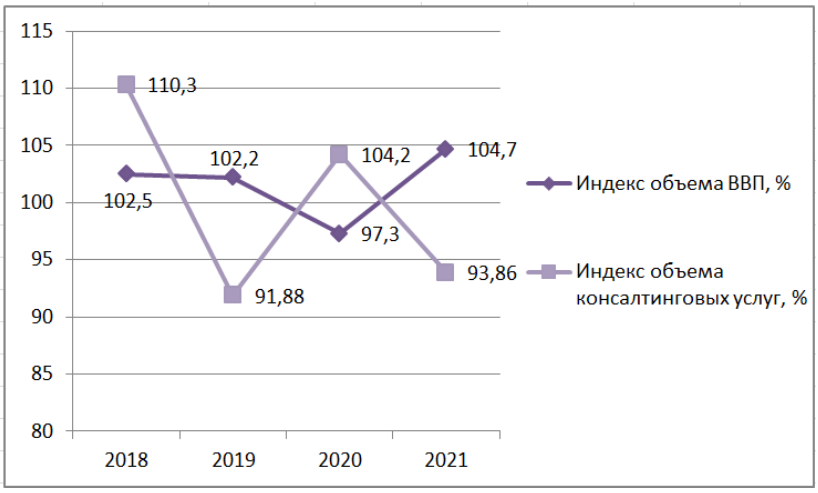


Рис. 2. Динамика индекса объема ВВП (в % к предыдущему году) и индекса объема консалтинговых услуг (в % к предыдущему году) за период 2018-2021 гг.

Источник: составлено автором самостоятельно на основе официальных данных Федеральной службы государственной статистики и Рейтингового агентства RAEX («Эксперт РА») [8,9].

На основе полученных результатов можно прийти к такому выводу: распространение коронавирусной инфекции сильно сказалось на результат деятельности рынка консалтинговых услуг. Но в кризисной ситуации в результате перестройки экономики, несмотря на введение многими компаниями режима экономии, у них возникает потребность в определении дальнейших действий в сложившихся условиях, в результате чего они прибегают за помощью к консалтинговым компаниям.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исходя из вышеизложенного, можно увидеть, что на рынок консалтинговых услуг очень сильно влияют экономические, политические факторы, но уже сейчас можно заметить положительную динамику в этом секторе, консалтинг продолжает развиваться. В дальнейших исследованиях также целесообразно будет рассмотреть динамику консалтинговой отрасли по видам консалтинговой деятельности, по регионам, по размерам компаний.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Корягин Н. Д. Никифорова Л. Х. Процессный проектный консалтинг: учеб. пособие. М.: Изд-во МГТУ ГА, 2017. 76 с.

2. Ефремов А. Консалтинг - эффективный способ преодолеть кризис. 2022. URL: https://neiros.ru/blog/business/konsalting-effektivnyy-sposob-preodolet-krizis/ (дата обращения: 30.10.2022).

3. Ханферян В. Содержание проекта «Российский консалтинг» 2022 года. URL: https://raexrr.com/pro/b2b/consulting/consulting_strategic_planning_and_organizational_development/2022/analytics/consulting2022/?ysclid=l9qztj09g8936605075 (дата обращения: 27.10.2022).

4. Что такое консалтинг: виды, формы, его отличие от коучинга, основные задачи и цели консалтинговой компании. URL: https://nemkova.pro/articles/konsalting-chto-eto-takoe/?ysclid=l9r2w02szg291392376 (дата обращения: 28.10.2022).

5. Этапы развития консалтинговых услуг в России. Особенности консалтинга в России, тенденции и перспективы его развития. URL:
https://studme.org/10561127/menedzhment/etapy_razvitiya_konsaltingovyh_uslug_rossii_osobennosti_konsaltinga_rossii_tendentsii_perspektivy?ysclid=l9qyvzdvjd706297763 (дата обращения: 28.10.2022).

6. Рынок консалтинговых услуг в 2021 году: тенденции развития в условиях санкций // Пресс-центр Группы «ДЕЛОВОЙ ПРОФИЛЬ», Российская газета. 2022. URL: https://delprof.ru/press-center/experts-pubs/rynok-konsaltingovykh-uslug-v-2021-godu-tendentsii-razvitiya-v-usloviyakh-sanktsiy/ (дата обращения: 27.10.2022).

7. Муратова Е. А. Анализ российского рынка консалтинговых услуг. 2020. URL: https://tiec.mgimo.ru/2020/2020-03/analysis-of-russian-market-of-consulting-services (дата обращения: 27.10.2022).

8. Raex-a: офиц. сайт. URL:
https://raex rr.com/business/consulting/rating_of_consulting_companies?ysclid=l9r0ic3jwz873103813#cart (дата обращения: 27.10.2022).

9. Федеральная служба государственной статистики: сайт. URL: https://rosstat.gov.ru/ (дата обращения: 30.10.2022).

УДК 338.24

ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

М. В. Иваненко

Крымский Федеральный Университет имени В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

M. V. Ivanenko

Crimean Federal University named after V. I. Vernadsky, Simferopol, Russia

Аннотация. В работе рассмотрены основные особенности развития менеджмента в России, раскрыты его проблемы, а также предложены пути их решения. Актуальность темы обусловлена тем, что на данный момент происходит активная трансформация экономической среды России, что требует кардинального изменения подходов к менеджменту. Раскрыты особенности менеджмента в России на примере крупных предприятий, выделены его основные плюсы и минусы, и предложены пути его совершенствования. При написании статьи были применены следующие методы исследования: наблюдение, дедукция, индукция, сравнение, абстрагирование. Систематизированы проблемы современной российской системы менеджмента, решение которых видится в использовании сильных сторон предприятия.

Ключевые слова: менеджмент, формирование, система менеджмента, проблемы, система управления.

I. ВВЕДЕНИЕ

Мнение авторов относительно системы менеджмента в России практически единогласно: система не идеальна и требует серьезных изменений, которые могут быть реализованы только с учетом российского менталитета, применения западной практики управления в условиях России себя не оправдывает:

1. Маслова Е. М. (2022) и Акмаева Р. И. (2018). Учебная литература дает теоретические основы понятия менеджмента, его основные функции, механизмы и уровни управления, что помогает лучше разобраться в поставленной теме.

2. Машошина Е. С. (2018). В статье анализируется система менеджмента российских организаций на современном этапе ее развития, выделяются основные проблемы, такие как жесткая иерархия и слабая система мотивации.

3. Абушева В. Э., Попова Е. В. (2020). В работе оценена эффективность системы управления в компании «Лукойл», выделены сильные и слабые стороны программы мотивации в компании.

4. Фартукова Д. И., Иконникова И. В. (2021). В статье подробно рассмотрены западная и российская системы мотивации, проведен их сравнительный анализ, выделены основные аспекты управления, которые российские компании могли бы перенять у западных, для повышения эффективности системы мотивации.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Проанализировать сложившуюся систему менеджмента в России, выявить ее сильные и слабые стороны, определить пути нейтрализации слабых сторон сложившейся системы, выявить, как наиболее эффективно использовать сильные стороны российского менеджмента.

III. ТЕОРИЯ

«Менеджмент – управление фирмой в условиях рыночной экономики, в которой участвуют ее собственники, предприниматели, профессиональные менеджеры, рабочие. Это умение достигать поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения других людей» [1, с. 5].

На вопрос, что и как делается в управлении, отвечает его функциональная характеристика. «Функции менеджмента – относительно обособленные направления управленческой деятельности, которые позволяют осуществить определенное воздействие на управляемый объект для достижения поставленной цели, задачи» [2, с. 33].

К функциям менеджмента традиционно относят:

- мотивацию (выработка у работников стимулов);
- контроль (наблюдение за прогрессом в организации);
- организацию (логическая группировка целей и ресурсов);
- планирование (постановка целей и определение способов наилучшего их достижения).

Крупные корпорации и предприятия обычно имеют трехуровневую систему менеджмента, которая организована в иерархическую структуру:

- низшее звено. Это первый уровень управления. На этом уровне происходит контроль за ежедневной работой сотрудников. В обязанности руководства этого уровня входит контроль за деятельностью работников, обеспечение качества работы.
- среднее звено. Руководство среднего уровня несет ответственность за выполнение стратегических целей, разработанных высшим руководством.
- высшее звено. На этом уровне устанавливаются общие цели и направления деятельности компании.

В современных условиях экономических отношений, растущем динамизме, неоднозначности факторов внешней среды, конкуренции за ресурсы значительно повышается роль менеджмента на предприятии, так как он способен обеспечить эффективное функционирование производства в социально-экономических системах в сложившихся непростых условиях.

Необходимость улучшения управленческого контроля особенно актуальна для крупных предприятий с высоким уровнем разделения труда, где особое значение имеет слаженная и успешная работа различных подразделений компании.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Российская система менеджмента на данном этапе находится в развитии: «формируется российская система менеджмента, соответствующая мировым стандартам, при помощи применения зарубежного опыта в российских реалиях с учетом национальных особенностей: вбирая в себя все лучшее, что было наработано мировым менеджментом, добавляя собственную специфику, менеджмент России постепенно оформляется в оригинальную систему управления со своими достоинствами и недостатками» [3, с. 17].

Российский менеджмент находится между американским, который базируется на индивидуализме, и японским, базирующимся на психологии группы. Для российского же менеджмента характерен дуализм.

Находясь в процессе формирования, менеджмент в России имеет ряд проблем, которые тормозят его развитие и требуют немедленного решения. К таким проблемам Машошина Е. С. и Санина А. А. относят [4]:

- отсутствие независимой оценки деятельности российских менеджеров;
- низкая компетентность менеджеров и отсутствие у них необходимых личностных качеств;
- неспособность применить зарубежную практику с учётом российского менталитета;
- слабо развитый маркетинг;
- слабая внутренняя мотивация.

Наиболее масштабной проблемой является недостаток мотивации у работников. Мотивация персонала является одной из наиболее важных функций управления и одной из важнейших задач менеджмента, поскольку стимулирование персонала для получения больших результатов является залогом успешного функционирования организации. По этой причине в зарубежных компаниях мотивации уделяется всё большее внимание, в особенности начинают выделяться нематериальные способы мотивации. Российская система менеджмента

пытается перенять зарубежный опыт в этой отрасли, сделать упор на методах нематериального стимулирования, однако реализация такого подхода в российских реалиях требует большой продуманности и материального обеспечения, так как для перехода на данную западную систему, российским предприятиям следует для начала разработать устойчивую систему материального обеспечения.

Систему мотивации в Российских компаниях можно разобрать на примере «Лукойла». Средняя заработная плата в компании на 2022 год составляет около 41 тысячи рублей, что на 1,88% ниже, чем средняя заработная плата по России. Однако, несмотря на это, средняя заработная плата работника компании за предшествующие 3 года выросла на 12%. [5] Также в компании существуют квартальные и ежегодные премии, а также дополнительные льготы и выплаты. Из мероприятий нематериальной мотивации на предприятии можно выделить: социальную поддержку молодых специалистов, создание условий для отдыха и оздоровления работников и членов их семей, социальную поддержку женщин-сотрудниц. Однако, учитывая следующие проблемы на предприятии – нехватка квалифицированных кадров, сравнительно небольшое количество молодых специалистов – можно сделать вывод о неэффективности разработанной системы нематериальной мотивации [5].

На основании вышеуказанных данных можно сделать вывод, что в компании «Лукойл» наибольшее развитие и применение получила система материальной мотивации, которая направлена на формирование у сотрудника цели получить дополнительные материальные блага за эффективность своей работы. Такую систему нельзя назвать устойчивой, так как сотрудник без промедления уйдет в другую компанию, если она предложит ему, например, больше заработную плату или выше премии за качество его работы.

Итак, на примере компании «Лукойл» легко можно отследить проблему мотивации в российском менеджменте и необходимость внедрения в систему управления эффективной нематериальной мотивации.

Фартункова Д. И. и Иконникова И. В. про систему мотивации, выработавшуюся в России пишут так: «Отличительной чертой российского сотрудника является несерьезное отношение ко всем прочим видам стимулирования и погоня за более высоким заработком, что связано с уровнем жизни российского населения» [6, с. 299].

Следующей особенностью менеджмента в России является относительное неумение работать в команде, так как этому умению работника в российских компаниях уделяют мало внимания. В иностранных компаниях данному умению отводят особое место. Для этого проводят определенные тренинги по сплочению команды, называемые «Team building». Однако, следует отметить, что в российских компаниях в последние годы зарождается тенденция к проведению мероприятий подобного рода. Например, в ПАО «Сбербанк» ведется целенаправленная работа по формированию корпоративной культурой и командного духа, так как командная работа – фундамент деятельности компании. Организация относится к своим сотрудникам, как к основному активу, который может в полной мере реализовать цели и стратегию компании. Банк старается создать все условия для единства команды, для ощущения у каждого сотрудника причастности к общему делу. Банком проводятся следующие мероприятия: тренинги, совместные выездные мероприятия, корпоративы по случаю праздников. Таким образом ПАО «Сбербанк» решает проблему формирования эффективной корпоративной культуры, которая не присуща многим российским предприятиям, что обеспечивает ему эффективную работу и приток квалифицированных кадров.

Также к особенностям российского менеджмента можно отнести иерархическую систему управления с жесткой централизацией. Такая модель управления наблюдается, например, в компании «Русагро» [7]. Система управления в компании слишком нагроможденная, она требует децентрализации, сокращения уровней в аппарате управления. Компании необходимо найти баланс между самостоятельностью бизнес-подразделений и централизацией управления. Эти действия со стороны руководства компании сделают ее работу гораздо более эффективной.

Еще одной особенностью является ориентация на долгосрочную перспективу. Многие компании, например. ПАО «Газпром», ОАО «Лукойл», ПАО «Татнефть». Разрабатывают программы инновационного и стратегического развития. Так, например, программа инновационного развития ПАО «Газпром» разработана до 2025 года. «Основная цель программы – постоянное повышение уровня технологического и организационного развития ПАО «Газпром» для поддержания позиций глобальной энергетической компании и надежного поставщика энергоресурсов» [8, с. 5].

В России наблюдается недостаток высококвалифицированных менеджеров [3]. Часто происходит ситуация, когда руководитель предприятия называет себя менеджером и использует устаревшие методы управления, которые зачастую только вредят его организации. Наблюдается страх перемен и неготовность идти на риск.

Для того, чтобы решать данную проблему, необходимо проанализировать зарубежный опыт подготовки квалифицированных кадров, постоянно повышать квалификацию отечественных менеджеров, внедрять инновации в образовательные программы в данной сфере.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Сегодня менеджмент в России далек от совершенства, он требует множества изменений и доработок. Однако, стоит отметить, что заметны значительные положительные предпосылки его развития. Для современных российских менеджеров важно учиться перенимать западный опыт и адаптировать его под наш менталитет, необходимо иначе посмотреть на изучение менеджмента в целом, изменить угол видения будущего российского менеджмента и разработать наиболее эффективную систему управления.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, на основании вышеизложенного материала можно выделить следующие особенности менеджмента в России: низкая мотивация работников, слабая корпоративная культура, недостаток высококвалифицированных кадров в данной сфере, ориентация на краткосрочную перспективу, отказ от применения инструментов риск-менеджмента, отсутствие навыка формировать команду.

Среди сильных сторон российского менеджмента можно выделить: готовность к неудачам, устойчивость кадров, быстроту принятия решений, инициативность [3].

Изучив сильные и слабые стороны менеджмента в России, можно предложить следующие пути совершенствования российского менеджмента:

- разработка наряду с материальной мотивацией, действенных направлений нематериальной мотивации внутри организаций;
- организация профессиональной переподготовки менеджеров, повышение их квалификации;
- внедрение инноваций: продуктовых, организационных, технико-технологических;
- развитие риск-менеджмента;
- проведение организациями постоянных маркетинговых исследований;
- создание гибкой организационной структуры;
- использование опыта мировых лидирующих компаний;
- использование современных методик принятия решений.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: Севастьянова Оксана Васильевна, кандидат экономических наук, доцент. Место работы: Крымский Федеральный Университет имени В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Маслова Е. Л. Менеджмент: учеб. 3-е изд. М.: Дашков и К°, 2022. 332 с.

2. Акмаева Р. И., Епифанова Н. Ш., Лунев А. П. Менеджмент: учеб. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2018. 441 с.

3. Санникова К. А. Менеджмент в крупном бизнесе России: характеристика, специфика, особенности, проблемы, примеры // Формула менеджмента. 2018. № 4. С. 17–20.

4. Машошина, Е. С., Санина, А. А. Оценка менеджмента российских организаций в современных условиях // Аллея науки. 2018. № 10 (26). С. 143–146.

7. Абушева В. Э., Попова Е. В. Проблема развития корпоративной ответственности в российских организациях на примере компании «Лукойл» // Modern science. 2020. № 11-2. С. 55–59.

5. Фартукова Д. И., Иконникова И. В. Мотивация персонала в организации: сравнительный анализ российского и зарубежного опыта // Современные методы, модели и технологии управления социально-экономическими системами: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Калуга, 2021. С. 292–301.

8. Русарго: офиц. сайт. URL: https://yaaspirant.ru/spisok-literatury/kak-v-spiske-literatury-oformlyat-internet-istochniki (дата обращения: 17.10.2022).

6. Паспорт Программы инновационного развития ПАО «Газпром» до 2025 года // ПАО «Газпром»: офиц. сайт. URL: https://www.gazprom.ru/f/posts/97/653302/prir-passport-2018-2025.pdf (дата обращения: 13.10.2022).

УДК 351.9

ОПЫТ КИТАЙСКОЙ СИСТЕМЫ ЭКЗАМЕНОВ КАК КЛЮЧ К ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ КОНКУРСНОГО ОТБОРА ПРИ ПОСТУПЛЕНИИ НА ГОСУДАРСТВЕННУЮ ГРАЖДАНСКУЮ СЛУЖБУ В РОССИИ

А. А. Каневский, И. И. Приходько

Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», Симферополь, Россия

A. A. Kanevskiy, I. I. Prikhodko

Institute of Economics and Management of the Crimean Federal University named after V. I. Vernadsky, Simferopol, Russia

Аннотация. В статье исследован опыт функционирования экзаменационной власти в Китае с древнейших времён до эпохи Китайской Республики. Отдельно рассмотрены воззрения Сунь Ятсена на принципы формирования государственной власти и роль государственных экзаменов в деле комплектации корпуса госслужащих. Выделены основные направления эволюции экзаменационной власти, причины её обособления, оценены параметры эффективности работы Экзаменационного юаня Китайской Республики. Сформулированы основные преимущества независимой экзаменационной власти, намечены основные мероприятия по повышению эффективности системы испытаний при поступлении на государственную гражданскую службу в России.

Ключевые слова: испытания при поступлении на государственную гражданскую службу, кэцзюй, Три народных принципа, Конституция пяти властей, Экзаменационный юань, непотизм.

I. ВВЕДЕНИЕ

Вопросы поступления на государственную гражданскую службу составляют глубокий познавательный интерес, однако в перспективе нуждается в дальнейшей разработке и совершенствования. Поэтому возникает необходимость, на основе изучения мирового опыта в данной сфере, детально проработать возможные направления совершенствования системы поступления на государственную гражданскую службу Российской Федерации. Изучение опыта стран Востока приобретает всё большую актуальность по мере расширение сотрудничества России с Китаем и Индией[1].

Вопросы функционирования системы государственной гражданской службы в России рассмотрены в трудах С.Ю. Наумова, И.Н. Осиповой, А.А. Подсумковой, В.П. Безобразова. Рассмотрению правовых и организационных основ поступления на государственную гражданскую службу в России посвящены работы В.В. Пархачёвой, Н.К. Литвиненко, В.В. Поповой, А.В. Торба, А.Г. Нестерова, М.В. Преснякова, А.А. Терентьевой. Опыт китайской экзаменационной системы был нами рассмотрен сквозь призму трудов классика китайской социально-политической мысли Сунь Ятсена [2] и работ отечественных учёных М.Ю. Захарова, Ж.М. Кокуевой и Л.В. Алехиной [3], П.А. Лапина [4], Л.С. Переломова [5], [6] китайского исследователя Хао Луна [7].

В то же время, в данных работах не рассмотрено современное положение китайской экзаменационной системы, её достижения после образования Китайской Республики.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Про китайский опыт в сфере подготовки и формирования кадров для службы государству, наверное, слышал каждый. И действительно, во времена Средневековья Китай обладал самым квалифицированным кадровым составом среди всех стран. Нашей задачей является определение уникальных сторон китайской системы формирования государственных служащих, изучение её состояния на современном этапе.

III. ТЕОРИЯ

Всё государственное управление в Китае являлось неразрывной частью особенной культуры это страны. Более двух тысяч лет правящий слой в древнем Китае образовывали государственные чиновники, так называемые мандарины. Мандарином называли литературно образованного человека, искусного каллиграфа, пишущего стихи и способного толковать древние китайские литературные тексты, но совершенно не подготовленного

к делам государственного управления. Он не придавал большого значения общественным обязанностям, занимая высокую государственную или политическую должность. Лишь его литературное образование служило мерой социального статуса чиновников и основным условием занятия должности.

Что примечательно, в Китае уже в то время использовалась система экзаменов для желающих поступить на государственную службу. Основная цель экзаменов состояла в том, чтобы выявить степень знакомства кандидата с классической литературой и соответствие его образа мыслей и поведения заданным ею образцам. Таким образом, «имперская экзаменационная система успешно продолжала свое функционирование в течение более 1300 лет, поскольку право отбора и назначения чиновников по-прежнему зависело от центральной власти» [7].

В Китае издавна существовали специальные школы, где на очень высоком уровне готовили новую бюрократическую элиту. После того как конфуцианство стало официальной религией, оно рассматривалось в качестве основного предмета в системе подготовки к государственным экзаменам. Чиновником мог стать только тот, кто блестяще знал труды Конфуция [5], [6].

По большому счету, в китайском обществе всегда действовал принцип равных возможностей. Формально каждый китаец, независимо от своего происхождения, при условии успешной сдачи государственных экзаменов, мог стать чиновником и частью элиты. Таким образом, в Китае постепенно сформировался уникальный для средневековья бюрократический аппарат, в котором ранг чиновника по многим основаниям зависел от его личных качеств [7].

В конце XVII века Китай, став превращаться в могущественную державу, смог противостоять напору Европы и сохранить свою независимость в диалоге с ней. Однако уже в XIX века слабости конфуцианства дали себя знать в тот момент, когда Запад вновь стал активно использовать колониальную политику. Закономерным итогом стала отмена китайской системы экзаменов «кэцзюй». Ключевыми причинами отказа от данной системы стали увеличение потребности в государственных служащих, несовременность самого содержания испытаний, косность и неповоротливость китайского чиновничества, воспитанного на трудах Конфуция [3], [4].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Новый этап в формировании китайской системы государственных экзаменов был положен Синьхайской революцией 1911 года. Антимонархическая революция свергла манчжурскую императорскую династию и установила Китайскую Республику. Главным идеологом нового, республиканского Китая был видный демократ, философ и мыслитель, первый президент Китайской Республики, «отец нации» Сунь Ятсен.

В своих трудах Сунь Ятсен развил и расширил идею китайской экзаменационной системы, включив её как одну из пяти властей и элемент Трёх народных принципов [2].

Систему пяти ветвей власти Сунь Ятсен разработал как комбинацию принципа разделения властей Монтескьё (у которого было три ветви власти) и принципов политического устройства императорского Китая (см. табл. 1). Разработанный механизм Сунь Ятсен назвал Конституцией пяти властей, где одной из пяти властей – экзаменационная.

Таблица 1

Конституционные системы по сунь ятсену

Китайская конституция	**Конституции других стран**	**Конституция пяти властей**
Контрольная власть включает судебную власть	Судебная власть	Судебная власть
	Законодательная власть включает контрольную власть	Контрольная власть
Власть императора включает законодательную и исполнительную власть		Законодательная власть
	Исполнительная власть включает экзаменационную власть	Исполнительная власть
Экзаменационная власть		Экзаменационная власть

Источник: составлено автором по [2].

Три народных принципа – это национализм (民族主义), народное благосостояние (民生主义) и народовластие (民权主义). Принцип народовластия, по Сунь Ятсену, должен реализовывается в двух плоскостях: с одной стороны, существует политическая власть, которая должна осуществляться только народом напрямую через Национальное собрание и благодаря действию Четырёх прав; с другой стороны, отдельной от политической должная быть правительственная власть, состоящая из пяти ветвей.

Осуществление идей Сунь Ятсена началось только после того, как основанная им партия Гоминьдан взяла власть в Китае по итогам Северного похода (1927 год). Уже в октябре 1928 года правительство Китайской Республики обнародовало закон, определяющий обязанности пяти юаней (ветвей) правительства. В 1930 году был создан Экзаменационный юань, который отвечал за проведение государственных экзаменов и набор государственных служащих, а также за управление кадровой системой, заложив прочную основу для развития государственной службы в стране.

Принятая в 1947 году Конституция Китайской Республики в ст. 1 провозглашала, что Китай является государством «построенным на основе Трёх народных принципов и представляет собой республику народа, управляемую народом и для народа»[8]. Статья 83 Конституции Китайской Республики предусматривает, что Экзаменационный юань является высшим экзаменационным органом государства и отвечает за вопросы, связанные с проведением экзаменов при поступлении на государственную службу, трудоустройством, регистрацией, оценкой работы госслужащих, определения сеток заработной платы, организации продвижения по службе и переводов, вопросами гарантий пребывания в должности, поощрений, денежной помощи в случае смерти, отставки и выхода на пенсию госслужащего[9].

В период с 1991 по 2005 год в Конституцию было внесено несколько поправок, которые коснулись экзаменационной ветви власти. В Шестой поправке говорится, что Экзаменационный юань является высшим экзаменационным органом государства и отвечает за следующие вопросы[8]:

1. Проведение экзаменов;

2. Проверка квалификации, гарантии пребывания в должности, денежной помощи в случае смерти и выхода на пенсию государственных служащих;

3. Правовые вопросы, касающиеся приёма на работу, увольнения, оценки эффективности, шкалы заработной платы, продвижения по службе, перевода, поощрения и награждения государственных служащих.

Как видно, Шестая поправка внесла лишь незначительные изменения в обязанности Экзаменационного юаня.

Изначально Экзаменационный юань состоял из председателя, заместителя председателя и 19 министров без портфеля, каждый со сроком полномочий шесть лет. Начиная с 2020 года, число министров без портфеля уменьшено с 19 до семи-девяти, в то время как срок их полномочий председателя, заместителя председателя и министров без портфеля сокращается с шести лет до четырёх. Среди других сотрудников – генеральный секретарь и заместитель генерального секретаря, основной задачей которых является оказание помощи председателю в организации текущей работы. Под их руководством находятся министерства, департаменты, управления, отделы, советы и комиссии каждое из которых имеет определённые обязанности (см. рис. 1).

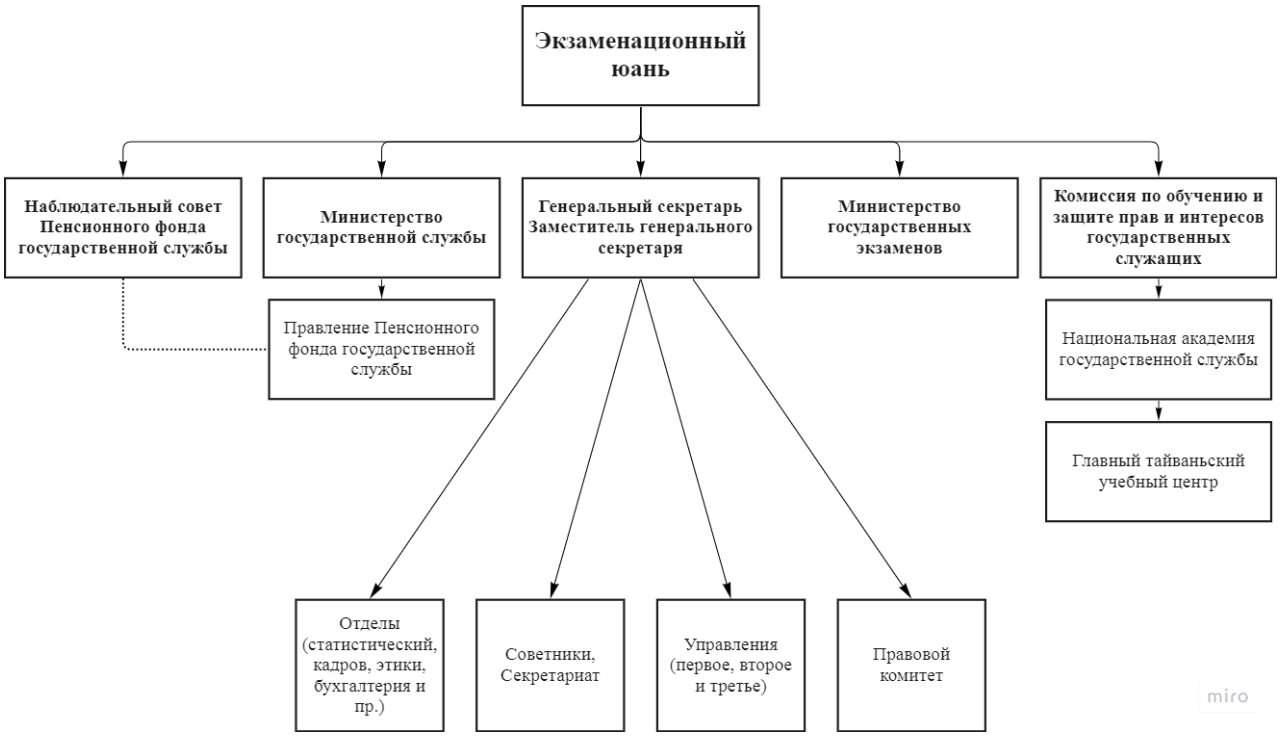


Рис. 1. Организационная схема Экзаменационного юаня Китайской республики
Источник: составлено автором по [9]

При Экзаменационном юане созданы два министерства, совет и комиссия. Министерство государственных экзаменов проводит общенациональные экзамены для государственных служащих и профессионального и технического персонала. Министерство государственной службы отвечает за квалификационный отбор, денежную помощь в случае смерти и выхода на пенсию государственных служащих, а также за юридические вопросы, касающиеся их приёма на работу, увольнения, служебной аттестации, установления заработной платы, продвижения по службе, перевода, поощрения и награждения. Комиссия обучению и защите прав и интересов государственных служащих отвечает за политику и правовые вопросы, касающиеся защиты прав и интересов государственных служащих, а также проводит курсы по административной нейтральности16 и проводит обучение для недавно назначенных государственных служащих и тех, кто недавно получил квалификацию на основе письменных экзаменов. Национальная академия государственной службы была создана при Комиссии для содействия обучению государственных служащих и повышению их квалификации. Наблюдательный совет Пенсионного фонда государственной службы отвечает за надзор и оценку эффективности функционирования Пенсионного фонда государственной службы.

Полноценная работа Экзаменационного юаня стала возможна только после отмены военного положения в Китайской Республике в 1987 году и проведения первых демократических выборов. Полтора десятилетия потребовалось, чтобы политическая система устоялась, что ознаменовалось принятием седьмой, последней на данный момент, поправки Конституции в 2005 году.

Рассмотрим подробнее вопросы эффективности работы Экзаменационного юаня. Для этого проанализируем ключевые статистические данные, связанные с эффективностью функционирования системы государственной службы в Китайской Республике (табл. 2).

Таблица 2

Ключевые показатели эффективности работы экзаменационного юаня китайской республики, 2011-2020 гг.

Год	Доля кандидатов, прошедших экзамен, %	Доля госслужащих в общим числе занятых в стране, %	Доля расходов на содержание госслужащих в ВВП, %	Число полученных госслужащими наград, млн.	Число полученных госслужащими дисциплинарных взысканий
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
2011	4,77	7,67	8,24	2,85	236
2012	4,42	8,38	8,20	3,39	208
2013	5,84	8,24	7,74	3,18	222
2014	6,77	8,13	7,29	3,25	224
2015	8,39	8,08	7,10	3,46	434
2016	9,31	8,04	6,89	3,84	242
2017	9,10	8,00	6,59	4,11	440
2018	9,61	5,04	6,79	4,35	182
2019	9,00	5,06	6,63	5,02	284
2020	8,38	5,17	н/д	5,25	73

Источник: составлено автором на основе [9].

Как видно из таблицы 2, за рассматриваемый десятилетний период ключевые показатели эффективности работы государственной службы улучшались. Так, значительное сокращение числа государственных служащих, а также сокращение удельного веса расходов на обеспечение госаппарата сочеталась со стабильным повышением качества его работы, выражающееся в увеличении числа получаемых наград и сокращением взысканий в отношении госслужащих. Так, в 2020 году число взысканий достигло минимума за всё время и составило всего 73 случая.

[16] Под ***административной нейтральностью*** в Китайской Республике подразумевается реализация принципа независимости государственных служащих от политики, то есть беспристрастность, политический нейтралитет, а также отказ от оценки и обсуждения проводимой правящей партией (коалицией) политики.

Данные процессы сопровождаются ростом доли кандидатов, прошедших экзамен при поступлении на государственную службу. Этот процесс связан, в первую очередь, с сокращением числа подаваемых заявок. Так, за 2011-2020 гг. число заявок сократилось с полумиллиона до чуть более ста тысяч. Очевидно, что без эффективной работы Экзаменационного юаня такое увеличение эффективности работы государственной службы не было бы возможно, так как именно эта ветвь власти ответственна за комплектацию корпуса госслужащих.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

К основным преимуществам выделения экзаменационной власти в качестве независимой ветви, на наш взгляд, относятся:

- реализация главенства принципа компетентности при приёме на государственную службу;
- снижение влияния коррупционных связей и непотизма на процесс комплектации корпуса госслужащих;
- обеспечение независимости и беспристрастности при проведении аттестации госслужащих, определения ставок заработной платы, денежной помощи;
- создание независимого органа, отвечающего за контроль над этикой поведения госслужащих, разрешения возможных конфликтов и споров по данному вопросу;
- организация качественного обучения и переподготовки госслужащих благодаря созданию национальных академий, сети центров обучения.

Реализация указанных преимуществ позволит повысить эффективность работы государственного аппарата в России, доверие к чиновникам со стороны граждан, реализовать планы по сокращению числа госслужащих и расходов на их содержание.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Китайская экзаменационная система прошла длительный путь развития от императорского Китая до современной Китайской Республики. Показав свою эффективность в средневековом Китае, система экзаменов «кэцзюй» была упразднена, не выдержав перемен, пришедших вместе с западными колонизаторами и миссионерами. После Синьхайской революции доктором Сунь Ятсеном были разработаны основы нового государства, одной их которых должна была стать Конституция пяти властей, которая подразумевала выделение экзаменационной власти как отдельной. Идеи Сунь Ятсена наиболее полно реализованы в Китайской Республике, где и в наше время функционирует экзаменационная власть. Как показано в статье, работа Экзаменационного юаня Китайской Республики достаточно эффективна, что свидетельствует о необходимости изучения китайского опыта в данной сфере и рассмотрения возможностей имплементации института экзаменационной власти в российскую систему государственного управления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Захаров М. Ю. Подготовка кадров для государственного управления КНР: традиция и цифровое будущее // Вестник ГУУ. 2021. № 3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/podgotovka-kadrov-dlya-gosudarstvennogo-upravleniya-knr-traditsiya-i-tsifrovoe-buduschee (дата обращения: 09.06.2022).

2. Сунь Ятсен. Избранные произведения. М.: Наука, 1985. 782 с.

3. Кокуева Ж. М., Алехина Л. В. Оценка государственных служащих в Древнем Китае // Компетентность. 2020. № 2. С. 44–48.

4. Лапин П. А. Упразднение системы государственных экзаменов (кэцзюй) в Китае в поздние годы династии Цин: социально-политическое и культурно-образовательное значение // Общество и государство в Китае. 2016. Т. 46, № 1. С. 70–82.

5. Переломов Л. С. Конфуцианство и современный стратегический курс КНР: моногр. / Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Ин-т проблем Междунар. безопасности РАН. М.: Изд-во ЛКИ, 2007. 256 с.

6. Переломов Л. С. Конфуций «Лунь-юй»: исследования: пер. с кит. М.: Восточная лит., 1998. 588 с.

7. Хао Лун. Традиционная форма подготовки государственных чиновников в Китае // Вестник ВятГУ. 2014. № 3. С. 50–56.

8. Конституции государств (стран) мира // Библиотека конституций Пашкова Романа: сайт. URL: https://worldconstitutions.ru/?p=567 (дата обращения: 12.06.2022).

9. Проект «Документы Тайваня». URL: http://taiwandocuments.org/index.htm (дата обращения: 14.06.2022).

УДК 005.95

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

М. В. Ким, У. Ш. Жоламан
Университет «Туран-Астана», город Астана, Республика Казахстан

M. V. Kim, U. SH. Zholaman
«Turan-Astana» University, Astana city, Republic of Kazakhstan

Аннотация. Статья посвящена анализу основных тенденций в управлении персоналом. Автор акцентирует внимание на том, что в 2015 г. ведущими направлениями в управлении персоналом были забота о здоровье и охрана труда, а в следующем году на первый план выходят привлечение талантов, увеличение доли дистанционных работников, активное использование интернет-технологий в их подборе, ограничение бюджета на HR-процессы. Основные методы исследования – анализ научно-исследовательской литературы, методы теории управления, теории организации. По итогам исследования автором сделан вывод, что любые изменения в связи с наметившимися тенденциями необходимо проводить после всесторонней оценки рисков, после получения целостного представления о возможностях и перспективах организации.

Ключевые слова: управление персоналом, Hr-менеджмент, мировые тренды, инновации.

I. ВВЕДЕНИЕ

Новая реальность требует новых подходов и новых решений. Данная статья посвящена современным трендам и проблематике в управлении персоналом. В связи с технологическим прогрессом видоизменяются абсолютно все сферы деятельности человека. В данной статье автор прольет свет на влияние технологического прогресса на процесс управления персоналом и коммуникации между людьми. Также необходимо обозначить негативные стороны технологических нововведений. По данным экспертов, в начале 2021 года в мире насчитывалось 4,62 млрд пользователей социальных сетей, что составляет 58,4% от общей численности населения. За 2022 год общее количество пользователей выросло на 10% или на 424 млн человек. Данный тренд затронул и сферу управления персоналом. Современные HR – роботы справляются с рутинными задачами кадровиков: проводят собеседования, ведут кадровый учет, проводят обучение и даже прогнозируют поведение сотрудников. Активная интеграция современных технологий привносит колоссальные изменения в жизнедеятельность организации.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Залог успеха компании- правильно подобранная команда. Все больше руководителей понимают это и направляют свои силы на управление персоналом. Но возникают свои специфические проблемы в управлении персоналом. Сложности бывают как из-за сотрудников, так и из-за руководства. Необходимо определить какой блок задач останется на плечах hr – менеджера, есть ли будущее у данной профессии, какие риски hr – автоматизации можно выделить уже сейчас, готово ли наше общество к таким радикальным изменениям.

III. ТЕОРИЯ

В настоящее время глубокому всестороннему исследованию инновационных процессов в экономической науке уделяется большое внимание. Вопросы степени влияния инноваций на продолжительность инновационных процессов, цикличность возникновения инновационных конфликтов рассматривались в трудах С. Кара-Мурзы, Н. Кондратьева, Г. Менша и др.[1] В настоящее время, благодаря современным технологиям и автоматизации некоторых бизнес-процессов, у компаний появилась отличная возможность лучше сконцентрироваться на решении важных стратегические задач, не погрязнув в операционных процессах. В прошлом бизнес-процессы занимали большой объем времени у специалистов, в нынешнюю эпоху цифровизации - это крайне невыгодное использование времени, ввиду сильной конкуренции на рынке между компаниями.

Поиск кандидатов через социальные сети пользуется большой популярностью. Этот тренд более устоявшийся. Все эти инструменты диджитализации поиска кандидатов еще долго будут в тренде.

Big Data может собрать и проанализировать данные о кандидате автоматически и без участия рекрутера напрямую. В Мире существует большое количество приложений для поиска работы (Switch, HH, JobSnap), где

рекрутер и соискатель имеют возможность обмениваться лайками, высылать резюме, просматривать другие свободные вакансии организации, в которой работает рекрутер.

Автоматизированный процесс подбора персонала. Applicant Tracking System (ATS) – система отслеживания соискателей. Достаточно эффективный инструмент для правильного распределения ресурсов, затраченных на привлечение новых кадров. Благодаря этой системе Hr-специалист определяет через какие каналы соискатели лучше всего находят объявление о вакансии. Данная система экономит значительно время специалиста.

Автоматизация рекрутинговых процессов. В этом аспекте диджитализация касается не только поиска и отбора кандидатов, но и: внутреннего кадрового документооборота, оценки лояльности и вовлеченности персонала, HR-аналитики, постоянного мониторинга HR-бренда компании. Тем самым, благодаря автоматизации, hr-специалист может переориентировать свою концентрацию и рабочее время на решение более важных задач.

HR-аналитика и прогнозы. Аналитике стоит уделить особое внимание. С помощью аналитики можно оценить текучесть кадров, скорость поиска сотрудников и многое другое. Это позволяет выстраивать точные прогнозы на будущее и замечать, на какие аспекты в компании необходимо обратить внимание. Автоматизация этого процесса существенно сэкономит время: вести расчеты и строить графики вручную в наше время – очень невыгодно.

Автоматизация должна идти рука об руку с оптимизацией. Если компания отказывается от рутинной работы в пользу автоматизации, лучшим решением будет совместить все процессы в единой системе, не распыляясь на несколько приложений с разным функционалом. Это позволит получать более емкую и наглядную картину процессов в компании, а также упростит работу с персоналом.

Диджитализация не могла не затронуть сферу обучения. Все больше появляется образовательных онлайн-курсов, многие переходят на дистанционный формат обучения. У современного человека увеличивается информационное поле в несколько сотен раз, благодаря появлению сети Интернет. Теперь, не выходя из дома, имеется возможность получать практически все, что нужно человеку для полноценной жизни.

Диджитализация собеседований. В настоящее время популярны собеседования в формате онлайн. В связи с тем, что интернет доступен практически каждому современному человеку, данный способ прохождения собеседования очень удобен и не занимает много времени, как для кандидата, так и для рекрутера. Уже на начальном этапе отбора появляется возможность проводить больше собеседований, затрачивая меньше ресурсов. К тому же появляется возможность отсеивать претендентов отправляя тесты, испытательные задания, даже не видя человека вживую.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Автоматизируя процессы, организация освобождает ресурсы, которые можно переориентировать на более актуальные и важные стратегические задачи, что, в целом, положительно сказывается на развитии компании. Однако крайне важно помнить, что высокие технологии, hr-диджитализация- это лишь инструмент для достижения целей организации в кратчайшие сроки, сэкономив как можно больше ресурсов, не в ущерб качеству. В первую очередь, HR- специалист обязан обладать эмпатией к людям, умением слушать и правильно выстраивать коммуникации между людьми, следуя интересам руководящего звена, не противоречив интересам подчиняющегося персонала. Без раннее перечисленных человеческих качеств и навыков современные технологии не дадут должного результата.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Мировая практика показала высокую эффективность Hr-диджитализации. Автоматизация бизнес-процессов позволяет достигать нужных результатов гораздо быстрее, привлекая меньше человеческих ресурсов. Однако современные технологии оставляют отпечаток на состоянии рынка труда. Благодаря автоматизации бизнес-процессов меняется потребность в некоторых кадрах, кардинально меняются требования к кадрам, а также меняется конкурентоспособный набор профессиональных навыков и знаний. При отборе кадров на вакантные должности рекрутеры стали обращать большее внимание на наличие дополнительных навыков и знаний, связанных с информационными технологиями. По этой причине определенная категория кадров на рынке труда оказывается не проф. пригодной в современных реалиях. В связи с этим, чтобы специалист оставался «на плаву», был проф. пригодным, необходимо постоянно обучаться, нарабатывать дополнительные навыки, чтобы быть конкурентным.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги всего вышесказанного, важно отметить, что у любого инновационного решения имеются определенные риски и условия. Важно, в первую очередь, перед интеграцией какого-то технологического решения проанализировать все риски, сильные и слабые стороны, продумать адаптацию персонала и компании

в целом к нововведениям. Также необходимо проанализировать готовность компании к нововведениям, т.к. при неправильном подходе к новым технологическим решениям есть вероятность получить негативный результат. Одним из ключевых факторов успеха и неудачи при внедрении инноваций является скорость. Планирование изменений предполагает определение сроков и бюджета, распределение ответственности. Очень часто из-за отсутствия постоянного мониторинга по ключевым показателям, позволяющего понять, как идет процесс внедрения, инновации затягиваются [2]. И чем больше растягивается инновация, тем меньше шансов на то, что она будет успешна. Основными противоречиями в ходе реализации инноваций являются: нерациональное использование уже созданного производственного и финансового потенциалов предприятий; отсутствие эффективного опыта в области маркетинга и рекламы при наличии множества высокотехнологичных заделов в различных областях; относительная неадекватность в налаживании деловых связей между потенциальными инвесторами и потребителями инвестиций; наличие высокой степени системного инвестиционного риска [3]. Любые инновации сопряжены с расходами и рисками, поэтому важно осознавать, какую выгоду в будущем принесут эти расходы и окупятся ли они.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кара-Мурза С., Батиков С., Глазьев С. Куда идет Россия. Белая книга реформ. М.: Политкнига, 2008, 448с.

2. Шимко Е. В., Подгора Е. А., Сомко Е. Г. Негативные последствия влияния инноваций, их проявления и пути устранения. URL: http://www.rusnauka.com/31_ONBG_2009/Economics/54594.doc.htm (дата обращения: 28.11.2022).

3. Негативные последствия влияния инноваций, их проявления и пути устранения / Е.В. Шимко, Е. А. Подгора, Е. Г. Сомко.

УДК 331.101.3

СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ

И. Ю. Коваленко

Крымский Федеральный Университет имени В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

I. Y. Kovalenko

Crimean Federal University named after V. I. Vernadsky, Simferopol, Russia

Аннотация. Система мотивации как инструмент управления персоналом, непосредственно влияющий на повышения качества труда, играет важную роль в каждой организации. Тема статьи актуальна, так как в современных реалиях управление персоналом в России ограничено комплексом малоэффективных в продолжительной перспективе методов. Цель работы заключается в анализе особенностей и формулировании решений основных проблем систем мотивации в современных российских организациях. В ходе достижения цели были выполнены следующие задачи: изучены популярные методы мотивации в России, выявлены слабые и сильные стороны отечественного менеджмента в данном вопросе, предложены пути преобразования систем мотивации на предприятиях. При написании статьи были применены следующие методы исследования: наблюдение, дедукция, индукция, сравнение, абстрагирование.

Ключевые слова: менеджмент, современные проблемы, система мотивации, мотивация труда, методы мотивации российский опыт.

I. ВВЕДЕНИЕ

Мотивация персонала в каждом предприятии занимает важную роль, потому что позволяет при том же количестве кадров, путем применения различных методов стимулирования, повышать производительность труда. Современные российские компании в выборе инструментов мотивации отдают предпочтение комплексу материальных методов. Обоснование такого выбора, его «плюсы» и «минус» разобраны в данной статье ниже. Экономика – динамическая стихия, поэтому комплекс используемых инструментов мотивации персонала дол-

жен преобразовываться, подстраиваться под актуальные нужды работников и цели организации. За основу исследования в работе взяты труды следующих ученых:

1. Аргашокова, О.И. (2020 г.). В статье автор рассматривает материальные и нематериальные методы мотивации персонала.

2. Белов А. В. (2016 г.). Автор в своей работе проанализировал опыт отечественных компаний в вопросе мотивации и стимулировании сотрудников.

3. Выростков Д.С. (2022 г.). В статье рассмотрены материальные и нематериальные способы мотивации персонала в организации и приведены статистические данные об эффективности их применения.

4. Павликова, А. И. (2022 г.). В научной статье представлена информация об актуальной системе мотивации в компании АО «Тинькофф банк», а также приведены варианты совершенствования инструментов стимулирования труда.

5. Рощектаева, У. Ю. (2017 г.). В данной статье рассмотрены основные методы мотивации персонала и их составляющие.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В ходе написания работы необходимо выполнить следующие задачи: изучить популярные методы мотивации в Российской Федерации, выявить слабые и сильные стороны отечественных инструментов стимулирования труда, предложить пути преобразования системы мотивации на предприятиях.

III. ТЕОРИЯ

Управление персоналом, а, следовательно, создание системы мотивации для организации является главным фактором развития. Мотивированные сотрудники, как правило, выполняют возложенную на них задачу эффективно и охотнее берут на себя новые обязанности [1]. Труд менеджера по-прежнему сложен, так как определить мотивационные факторы для персонала, в условиях быстроменяющейся среды, непросто. Кроме того, следует помнить, что, когда базовые потребности человека покрыты, тогда деньги становятся для него менее мотивирующими.

Мотивационные инструменты можно разделить на две основные группы: материальные и нематериальные, главная задача которых – побуждать сотрудников работать эффективнее

Как уже сказано выше, разработка системы мотивации и применение тех или иных инструментов стимулирования труда имеют целью повышение эффективности организации. Для достижения поставленной цели менеджерам компании необходимо выполнить следующие задачи:

– первая и одна из ключевых задач – набор сотрудников, качественный подбор кадров позволит собрать перспективную команду, «горящую» своей работой;

– хороший специалист – ценный сотрудник, а опыт и навыки нарабатывается со временем, поэтому не менее важной задачей является сохранение кадров, снижение текучести;

– когда рабочая группа сформирована, необходимо, учитывая индивидуальные особенности каждого участника, разработать наиболее подходящие инструменты, которые бы позволили повысить эффективность труда [2].

Правильно подобранные методы и инструменты позволят повысить мотивацию работника трудиться более эффективно, даже если поставленная перед ним задача предполагает приобретение нового навыка, изучения дополнительной литературы. Важно отметить, что менеджеру для эффективного управления сотрудниками необходимо знать различные инструменты стимулирования, а также при составлении системы мотивации стоит ориентироваться на потребности работников и задачи, поставленные руководством. «Для того чтобы внедрить на предприятии эффективную систему мотивации необходимо, чтобы она полностью отвечала задачам его стратегического развития. Управление любой организацией должно, быть ориентировано на человеческий потенциал как главную движущую силу. В действительности именно сотрудники организации являются залогом ее благополучия» [3, с. 24].

Система мотивации включает как поощрения, так и санкции. К последней группе можно отнести депремирование. Депремирование – инструмент мотивации труда, который подразумевает лишение сотрудника премии или ее понижения, но не влияет на размер заработной платы.

Вознаграждение персонала за добросовестное отношение к выполнению своей работы, качество результата должно быть отражено формально, документально. Отражение системы мотивации в нормативных актах, таких как: трудовой договор, положения о премировании и других локальных нормативных актов, позволит свести к минимуму недопонимание между руководителем, бухгалтерией и, отличившимся качеством работы, сотрудником.

Этап формирования системы мотивации должен включать в себя анализ индивидуальных особенностей участников группы под управлением; нужно учитывать профессиональные преимущества и личные потребности, чтобы каждая конкретная задача делегировалась компетентному работнику, для которого необходимо подготовить стимулы.

Существуют различные способы мотивации, в России применяются чаще денежные поощрения, однако есть и другие, которые так же имеют стимулирующий эффект (рисунок 1).



Рис. 1. Статистические данные эффективности применения способов мотивации сотрудников

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Система мотивации позволяет сотруднику почувствовать свою причастность к общему делу, важность и нужность как профессионала – все это происходит благодаря использованию различных методов стимулирования, например: премий, дополнительных выходных, различных льгот, похвалы руководства и т.д.

Проанализируем группы мотивационных методов, применяемых на предприятии ОАО «Кубань»:

1. Административно–организационные методы мотивации. Данная группа методов укрепляет субординацию и позволяется разграничить личное и работу.

2. Методы властной мотивации. К инструментам можно отнести: продвижение по карьерной лестнице (повышение в должности).

3. Экономические методы мотивации – это денежные вознаграждения, премии, дополнительные оплачиваемые отпускные, различные льготы, предоставляемые за добросовестный труд. «Так, к примеру, на кондитерском комбинате «Кубань» за прошлый год было вознаграждено десять сотрудников, проработавших на предприятии в течение 25 лет, без прерывания или увольнения. Однако не только ветераны труда награждаются премией в денежном эквиваленте. Молодых сотрудников, особенно отличившихся по итогу года, так же были награждены денежной премией, хотя и в меньшем размере» [4, с. 108].

4. Социально–психологические методы мотивации. В фирме ОАО «Кубань» широко используется логотип, который позволяет сотруднику почувствовать свою непосредственную причастность к общей цели; На комбинате так же есть стенд «Гордость комбината», пробуждающий у сотрудников желание эффективнее трудиться, чтобы получить общественное признание, на практике это могут быть: общественное поощрение (например, работник месяца) или порицание.

5. Социальные гарантии как средство мотивации труда показывают себя эффективно, потому что любой человек хочет находиться в стабильности и защищенности, этим обеспечиваются базовые потребности. Эта группа методов включает в себя: дополнительные дни оплачиваемого отпуска, дотации, выплаты.

Исходя из вышесказанного, система мотивации труда – это важная составляющая кадровой политики организации. Инструменты мотивации сотрудников улучшают качество работы, следовательно, организация действует эффективнее, результаты становятся лучше. В итоге все довольны: работники получают бонусы, организация получает эффективное производство.

Рассмотрим систему мотивации труда на примере российской компании АО «Тинькофф банк». «Диверсификация социального пакета сотрудников организации - предоставление выбора в допустимых пределах дополнительных вознаграждений, в наибольшей мере отвечающих их потребностям: предоставление основных и дополнительных гарантий, когда основное, или защитное обеспечение распространяется на всех сотрудников (медицинское страхование, страхование жизни и пенсионные выплаты), а дополнительными льготами (беспроцентная ссуда на приобретение жилья, оплата спортивных занятий, бесплатные обеды и др.) могут воспользоваться работники с определенным стажем работы» [5, с. 22].

Предоставление социального пакета как метод мотивации помогает компании АО «Тинькофф банк» сохранять свою конкурентоспособность на рынке, предоставляет ценным сотрудникам более комфортные условия труда, стимулируя их на долгосрочное сотрудничество.

Рассмотрим два варианта наиболее выгодных социальных пакетов, которые позволят улучшить действующую систему мотивации персонала:

1. Первый социальный пакет: предоставление программы дополнительного медицинского страхования стоимостью 15 тыс. руб. в год в медицинских учреждениях, являющихся партнерами; дополнительные оплачиваемые выходные (не более 2 недель, за успехи в работе); компенсации стоимости повышения квалификации (для сотрудников со стажем более 2 лет, в организациях-партнерах);

2) Второй социальный пакет: предоставления сертификата в «Читай-Город» на сумму 8000 руб. в год; бесплатные обеды на сумму не более 2000 руб. в месяц в точках питания – партнерах банка; возмещение затрат на покупку техники, необходимой для осуществления трудовой деятельности (40% от суммы покупки, но не более 10000 руб., в случае увольнения раньше года с момента совершения покупки, сумма должна быть возвращена с учетом инфляции).

Социальный пакет обеспечивает конкурентоспособность компании «Тинькофф», так как специалист скорее выберет компанию, которая будет ценить его труд. Работник, получающий поощрения за труд будет чувствовать причастность и удовлетворение от работы в организации.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Предоставление социальных гарантий – это наиболее эффективный метод мотивации персонала. Человеку необходимо чувство защищенности и уверенности в завтрашнем дне, эту потребность могут «закрыть» социальные гарантии. Социальная защита необходима для нормального существования, развития личности, повышении качества туда. Среди отечественных компаний популярностью пользуются следующие денежные мотивирующие стимулы: дотации на обеды для сотрудников и оплата проезда на работу. Если организация предоставляет персоналу социальные льготы – это воспринимается как забота, а такое отношение не может не подкупать, возникает чувство благодарности, причастности, крепкого тыла; и когда силы не тратятся на переживания о материальном положении, вся энергия уходит на выполнение поставленных руководством задач.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, отечественные организации в большей степени применяют материальные методы стимулирования, в особенности, группа денежных инструментов, которые обеспечивают сотрудникам стабильность и чувство защищенности. Система нематериального стимулирования развита слабо, менеджерам, работающим в российских организациях, стоит пересмотреть важность роли методов этой группы – люди социальные существа, сотруднику важно быть внутри и вместе с обществом, получать общественное одобрение и принятие. В настоящее время многие руководители стимулируют персонал не только денежными методами, например: заработной платы, премиями и другими поощрениями, но и негосударственными социальными льготами, зачастую это различные виды дополнительного страхования (медицинского, пенсионного и др.).

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: Севастьянова Оксана Васильевна, кандидат экономических наук, доцент. Место работы: Крымский Федеральный Университет имени В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Белова А. В. Современный российский опыт мотивации и стимулирования персонала // Молодой ученый. 2016. № 9 (113). С. 491–494. URL: https://moluch.ru/archive/113/28868/ (дата обращения: 24.10.2022).

2. Выростков Д. С. Формирование эффективной системы мотивации в организации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 8. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-effektivnoy-sistemy-motivatsii-v-organizatsii (дата обращения: 25.10.2022).

3. Аргашокова О. И. Проблемы управления мотивацией персонала // Социально гуманитарные технологии. 2020. № 4 (16). С. 23–31.

4. Рощектаева У. Ю., Милюкова А. В. Система мотивации персонала в организации (на предприятии ОАО кондитерский комбинат «Кубань») // Символ науки: международный научный журнал. 2017. № 2. С. 107–109.

5. Павликова А. И., Поздеева С. В., Сурмилова А. С. Совершенствование системы мотивации в компании «Тинькофф» // Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности: сб. ст. по итогам Междунар. науч.-практ. конф. (Оренбург, 29 янв. 2022 г.). Стерлитамак: ООО «Агентство Междунар. исслед.», 2022. С. 22–24.

УДК 338.45

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ КОМПЛЕКСОМ (НА ПРИМЕРЕ МИНИСТЕРСТВА ПРОМЫШЛЕННОСТИ, НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ)

А. С. Козина, Т. А. Барчукова

ст. преп. кафедры «Экономика, финансы и управление»
Уральский филиал Финансового университета при Правительстве РФ

A. S. Kozina, T. A. Barchukova

Senior Lecturer of the Department of Economics, Finance and Management
Ural Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation

Аннотация. Наиболее важным компонентом преобразований для страны в сфере экономики является государственное управление региональным промышленным комплексом. Актуальность данной темы заключается в том, что Россия на данном этапе трансформации экономики находится в сложной экономико-политической обстановке. В ходе написания статьи была представлена характеристика данного Министерства, проанализирована эффективность государственного управления промышленным комплексом и сделаны соответствующие выводы.

Ключевые слова: государственное управление, трансформация экономики, промышленный сектор.

I. ВВЕДЕНИЕ

Под стимулированием деятельности в сфере промышленности нами понимаются «действия правового, экономического и организационного характера, которые осуществляются органами государственной власти, органами местного самоуправления, организациями, входящими в состав инфраструктуры поддержки деятельности в сфере промышленности, и направлены на достижение целей промышленной политики» [2]. Темпы развития промышленности являются определяющими для темпов развития экономики отдельного региона и страны в целом. Формирование новых механизмов управления способствует повышению конкурентоспособности продукции, осуществлению серьезных структурных сдвигов.

Неустойчивый характер развития промышленного комплекса региона может быть обусловлен недостаточно высокими темпами роста объемов промышленного производства, высоким уровнем износа основных производственных фондов, низким уровнем инновационной и инвестиционной активности, а также недостаточным развитием государственного управления в данной сфере. Одной из главных задач в области исследования уровня развития эффективности государственного управления регионального промышленного комплекса является необходимость систематизации и изучения существующей методической базы.

В современных условиях трансформации экономики промышленная политика должна быть направлена на определение приоритетов развития промышленности и их реализацию посредством усиления развития государственного управления в сфере промышленности. В силу того, что промышленность является основным сектором экономики, в котором создается значительная доля валового внутреннего продукта, необходимо сохранять динамично развивающийся сектор экономики, мобилизуя все технологичные новшества.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Повышение конкурентноспособной привлекательности региона позволит увеличить эффективность действующих предприятий и производств, выйти на новый уровень внешних экономических отношений, создать дополнительные возможности для жителей в виде новых рабочих мест, усилить позиции региона в экономической среде и повысить его привлекательность для населения.

Для повышения качества предоставляемых государственных услуг необходимо проводить ряд мероприятий, связанных с развитием эффективности экономической трансформации государственного управления промышленным комплексом. Важно выделить основные факторы внешней среды, которые оказывают существенное влияние на рассматриваемую сферу.

В ходе работы нами были поставлены следующие задачи: рассмотрение законодательных основ государственного управления промышленным комплексом; проведение анализа эффективности государственного управления промышленным комплексом на примере Министерства промышленности, новых технологий и природных ресурсов Челябинской области.

III. ТЕОРИЯ

Основываясь на Федеральном законе от 31.12.2014 г. № 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации» (в ред. 01.05.2022), «промышленное производство (промышленность) - определенная на основании общероссийского классификатора видов экономической деятельности совокупность видов экономической деятельности, относящихся к добыче полезных ископаемых, обрабатывающему производству, обеспечению электрической энергией, газом и паром, кондиционированию воздуха, водоснабжению, водоотведению, организации сбора и утилизации отходов, а также ликвидации загрязнений» [2].

К ключевым приоритетам промышленной политики относят, например, создание и развитие современной промышленной инфраструктуры, инфраструктуры поддержки деятельности в сфере промышленности, соответствующих целям и задачам, определенным документами стратегического планирования на федеральном уровне; стимулирование субъектов деятельности в сфере промышленности осуществлять внедрение результатов интеллектуальной деятельности и освоение производства инновационной промышленной продукции; поддержка технологического перевооружения субъектов деятельности в сфере промышленности, модернизация основных производственных фондов исходя из темпов, опережающих их старение [2].

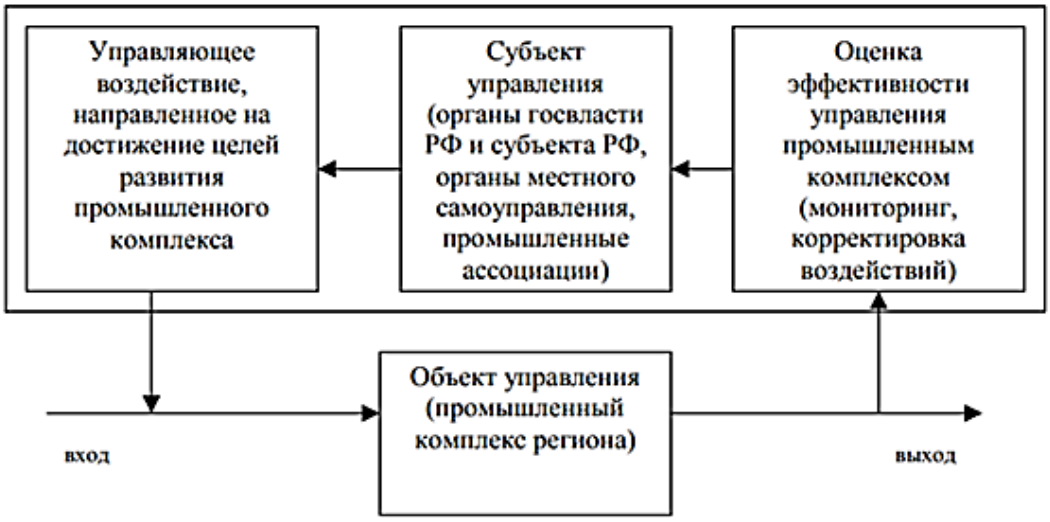


Рис. 1. Система управления промышленным комплексом региона в конкурентной среде

Темпы развития промышленности являются определяющими для темпов развития экономики региона в целом. Поэтому Челябинская область старается обеспечить достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство; обеспечить темп роста валового внутреннего продукта страны выше среднемирового при сохранении макроэкономической стабильности; повысить международную конкурентоспособность промышленных предприятий; реализовать пакет отраслевых регуляторных мер и программ. Челябинская область очень интересный и перспективный субъект для инвестиционной деятельности в России и за ее пределами – этот факт подтверждают общероссийские и мировые рейтинги. В области реализуются масштабные проекты, а также развивается совместная работа с зарубежными партнерами.

Под стимулированием деятельности в сфере промышленности нами понимаются «действия правового, экономического и организационного характера, которые осуществляются органами государственной власти, органами местного самоуправления, организациями, входящими в состав инфраструктуры поддержки деятельности в сфере промышленности, и направлены на достижение целей промышленной политики» [2].

Для эффективного функционирования и развития промышленного комплекса в регионе должна быть создана система управления промышленным комплексом региона в конкурентной среде, включающая субъекты управления, объект управления, управляющие воздействия и оценку эффективности управления промышленным комплексом региона.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Анализ эффективности государственного управления промышленным комплексом мы провели на примере Министерства промышленности, новых технологий и природных ресурсов Челябинской области. Для выявления слабых и сильных сторон, а также возможностей и угроз, которые в дальнейшем могут быть использованы для формирования стратегии организации, нами был составлен SWOT-анализ.

Таблица 1

Swot-анализ государтсвенного управления промышленным сектором Челябинской области

Сильные стороны («S» – strength)	Слабые стороны («W» – weakness)
- активные инновационные способности; - прогрессивное развитие научно-технической деятельности; - наличие собственных источников финансирования расширенного воспроизводства; - возможность развития партнерских отношений с международными компаниями	- дефицит кадров рабочих специальностей; - негативная оценка обществом реализации проектов, потенциально опасных для экологии Челябинской области; - высокая потребность в модернизации основных фондов; - высокие затраты на содержание управленческой структуры
Возможности («O» – opportunities)	**Угрозы («T» – threats)**
- инновационное развитие применимых технологий ресурсосбережения; - реализация крупных промышленных проектов, которая способствует росту спроса на трубную продукцию; - рост инвестиционной привлекательности; - ориентация государственной политики на повышение конкурентоспособности	- отток кадров с российских предприятий в зарубежные; - появление новых конкурентов; - большие сроки окупаемости проектов; - снижение общего эффекта от предпринимаемых мер по стимулированию цифровой трансформации промышленности

Судя по данным анализа, стоит отметить, что сильной стороной государственного управления промышленным комплексом является комплексность подхода к стимулированию цифровой трансформации, однако такие меры сами по себе, в отрыве от институциональной среды, не принесут ожидаемого эффекта. Цифровизация обрабатывающей промышленности развивается в настоящий момент крайне неравномерно. Слабая сторона государственного управления проявляется малой глубиной планирования целей, а также отсутствие жесткой стандартизации многих процессов и методов. Несмотря на целостный подход, одной из главных угроз всегда останется инвестиционный «климат» и ситуация с экспортом.

Перспективными специализациям в рамках промышленного профиля были определены: сенсорика и автоматика, межмашинное взаимодействие, интернет-вещи, электротехника, спецтехника, технологии утилизации, переработка пищевых продуктов; в рамках сервисного профиля: системная интеграция и автоматизация, отраслевой консалтинг.

Для повышения качества предоставляемых государственных услуг необходимо проводить ряд мероприятий, связанных с развитием эффективности цифровой трансформации государственного управления в сфере цифровой экономики. На первоначальном этапе важно выделить основные факторы внешней среды, которые оказывают существенное влияние на рассматриваемую сферу. Для этого мы использовали PEST-анализ.

Таблица 2

Pest-анализ государственного управления промышленным комплексом Челябинской области

Факторы	Эксперты (степень влияния)		Средняя оценка	Весовой коэффициент
	Э1	Э2		
Политические факторы				
Развивающаяся программа поддержки отдельных отраслей экономики, в частности машиностроения	+4	+3	3.5	0,14
Высокий уровень политической стабильности в Российской Федерации	+2	+3	2.5	0,09
Экономические факторы				
Замедление темпов роста инфляции	+5	+4	4,5	0,13
Тенденция роста мировых цен на продукцию металлургической отрасли	-2	-2	2,0	0,08
Нестабильность экономического роста	-3	-2	2,5	0,09
Социальные факторы				
Наличие квалифицированных кадров в сфере информационных технологий	-3	-4	3,5	0,14
Низкая мобильность населения Челябинской области	+1	+2	1,5	0,16
Рост бедности	-2	-1	1,5	0,16
Технологические				
Низкий спрос на инновации, перекос в сторону закупки готового оборудования за рубежом в ущерб внедрению собственных новых разработок	+3	+4	3,5	0,14
Повышение уровня процесса обмена и получения информации	+4	+4	4,0	0,15
Итог			29	1

*Эксперт 1 – Начальник отдела государственной поддержки промышленности управления стратегического планирования Министерства промышленности, новых технологий и природных ресурсов Челябинской области;

Эксперт 2 – Начальник отдела развития промышленной кооперации и экспорта управления промышленности и новых технологий Министерства промышленности, новых технологий и природных ресурсов Челябинской области.

По мнению экспертов, область должна развиваться в направлении новой технологической индустриализации, когда устаревающая промышленность постепенно замещается производствами нового типа. Кроме того, было отмечено, что новые производства будут не только требовать меньшего количества сотрудников ввиду автоматизации и роботизации процессов, но и потребуют новых высокообразованных кадров, а также их постоянного преобразования. Индустриализация области возможна только в том случае, если область будет обеспечена соответствующими кадрами – актуальными для новых производств, а также системой образования, которая позволит предварять спрос новых производств на кадры нового поколения. Отдельную категорию составила экология – необходимо определение типового оборудования, используемого в применяемых экологических технологиях, а также разработка и использование целевых программ по созданию предприятий – производителей данного оборудования, включая стимулирование совместных предприятий – носителей передовых технологий; стимулирование действующих предприятий на перевод технологических процессов в соответствии с растущими требованиями к экологической безопасности, а также необходима подготовка на основе передовых образовательных программ и методологий специалистов-экологов, включая специалистов в области экологического права, в том числе в области международного экологического права.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Челябинская область сегодня выступает как одна из индустриальных лидеров страны, одна из ведущих транспортно-логистических узлов. Область модернизирующихся производств и внедрения передовых технологий в производственный процесс, стоящая на пути к диверсификации экономики (за счет рост вклада машиностроения). Область, которая создает инновационные рабочие места и запрос на уникальные кадры (как пример, белая металлургия), хотя не повсеместный. С точки зрения инноваций область является «статичной», то есть в ней происходит экономический рост в рамках сложившейся технологической системы, а побуждения к формированию новой траектории экономического и технологического развития недостаточно сильные и распространенные и встречают сопротивление со стороны сложившейся системы.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, мы рассмотрели законодательные основы государственного управления промышленным комплексом и провели анализ эффективности государственного управления промышленным комплексом на примере Министерства промышленности, новых технологий и природных ресурсов Челябинской области в условиях трансформации экономики.

БЛАГОДАРНОСТИ

Автор благодарит Начальника отдела развития промышленной кооперации и экспорта управления промышленности и новых технологий Министерства промышленности, новых технологий и природных ресурсов Челябинской области.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Министерство промышленности, новых технологий и природных ресурсов Челябинской области: офиц. сайт. URL: https://minprom.gov74.ru/ (дата обращения: 28.11.2022).

2. О промышленной политике в Российской Федерации: Федер. закон от 31 дек. 2014 г. № 488-ФЗ (в ред. 01.05.2022). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_173119/?ysclid=lb50qp74ia729325418 (дата обращения: 28.11.2022).

3. Стратегия социально-экономического развития Челябинской области на период до 2035 года: постановление Законодательного собрания Челябинской области от 31 янв. 2019 г. № 1748 (в ред. 23.06.2022). URL: http://лес74.рф/Upload/files/%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%98%D0%AF%202035%20(1).pdf?ysclid=lb51ae07hv591385331 (дата обращения: 28.11.2022).

УДК 338.49

ИНФРАСТРУКТУРА КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

В. А. Коржаков, О. Г. Солнцева
Государственный университет управления, Москва, Россия

V. A. Korzhakov, O. G. Solntseva
The State University of Management, Moscow, Russia

Аннотация. В статье изложен авторский подход к роли состояния инфраструктуры конгрессно-выставочной деятельности и её развития. Выявлены разновидности объектов и площадок для проведения конгрессно-выставочных мероприятий и уровень состояния материально-технической базы конгрессно-выставочной отрасли. Авторами сделан вывод о том, что эффективное развитие конгрессно-выставочной деятельности требует тесных совместных и скоординированных действий федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов РФ, торгово-промышленных палат, предпринимательских союзов и отраслевых объединений конгрессно-выставочной отрасли.

Ключевые слова: конгрессно-выставочная деятельность, выставочные комплексы, центры международной торговли.

I. ВВЕДЕНИЕ

В любой отрасли огромную роль играет состояние инфраструктуры и её развитие. Специализированные площадки для организации конгрессно-выставочных мероприятий в России, по оценке ВНИЦ R&C, собрали порядка 3000 мероприятий в 2019–2020 гг. (79 % которых были проведены в 26 городах). Сегодня рынок таких площадок в России претерпел серьёзные изменения.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Важно оценить состояние инфраструктуры конгрессно-выставочной деятельности, роль и степень её развития. Охарактеризовать разновидности объектов и площадок для проведения конгрессно-выставочных мероприятий и уровень состояния материально-технической базы конгрессно-выставочной отрасли.

Преображения заключаются во введении категории новых площадок и в модернизации существующих центров. Так, в России для проведения мероприятий подготовлены 40 специализированных площадок, при этом 70 % комплексов обладают закрытой выставочной площадью (Более 5000 м^2) - Российская Федерация вошла в топ-10 стран по количеству центров, оснащенных закрытой выставочной площадью свыше 5000 м^2. При этом доля страны в этом плане в мировом объёме выставочных площадей - 2,2 %. Также есть 2 центра с закрытой выставочной площадью более 100 тысяч м^2.

Среди разновидностей объектов и площадок для проведения конгрессно-выставочных мероприятий в России можно выделить такие часто встречающиеся форматы, как:

- специализированные площадки конгрессно-выставочных комплексов и центров;
- дворцы и музеи;
- конференц-залы отелей, которые оборудованы в соответствии со стандартами и предназначены для проведения мероприятий разного уровня и формата;
- университеты;
- библиотеки;
- спортивные комплексы и другие.

III. ТЕОРИЯ

Инфраструктура конгрессно-выставочной деятельности в России состоит из 63-х специализированных площадок и более 600 конгресс-отелей. Несколько городов имеют крупнейшие специализированные комплексы: Москва, Санкт-Петербург, Казань, Екатеринбург, Уфа, Краснодар - около 80 % общей закрытой выставочной площади страны.

Формат проводимых мероприятий и разновидность объектов напрямую зависят от состояния материально-технической базы в регионе, его планов по экономическому развитию и финансирования [1]. Помимо данных факторов необходимо обратить внимание на геополитические аспекты – с какими странами граничит территориально-административная единица или к каким ближе.

Международные эксперты оценивают сектор конференций, конгрессов и деловых встреч на территории Российской Федерации в сумму более чем 500 млн евро в год – что иллюстрирует большую значимость вопроса развития инфраструктуры отрасли. Также в настоящее время отмечается улучшение состояния материально-технической базы конгрессно-выставочной деятельности, то есть сохраняется и увеличивается возможность проведения крупных мероприятий: конгрессов и конференций - 165 городов Российской Федерации готовы к предоставлению площадок [2].

В целом, с 2012 г. суммарная площадь специализированных выставочных площадей России с учетом обоих сегментов выросла на 430 тыс. м^2, т. е. на 72%, что говорит об активном развитии отрасли в последние годы. Всего с 2010 г. в России введено 12 новых специализированных площадок общей выставочной площадью 292,5 тыс. м^2. По площади они относятся к средним и малым площадкам.

Затрагивая вопрос существующих центров для реализации конгрессно-выставочной деятельности необходимо отметить, что здесь также происходят значительные изменения. Проводится расширение выставочных площадей: МВЦ «Крокус Экспо» и ВК «Кузбасская ярмарка» увеличили показатели на 151 тысячу м^2 и 20 тысяч м^2 соответственно. С 2012 года в сегменте существующих комплексов произошел положительный прирост, составляющий порядка 25 %.

Прогнозы исследователей UFI и «Мировой карты выставочных площадок» сошлись на том, что ближайшее время не будет бурного роста в направлении строительства новых объектов инфраструктуры - последующие 5 лет принесут около 7–10 % роста выставочных закрытых площадей.

К 2020 году произошло расширение инфраструктуры в разрезе регионов, тем не менее, рост количества центров идёт медленным темпом. К примеру, показатель России в области суммарной площади закрытых вы-

ставочных комплексов отметился на пороге в 1,028 млн. м^2, что существенно отличается от других стран: Италия с 2,3 млн. м^2, Китай с 6 млн. м^2 и Германия с 3,3 млн. м^2. Региональное экономическое развитие напрямую зависит от расширения объектов инфраструктуры конгрессно-выставочной отрасли и их соответствия международным стандартам [3].

В настоящее время маркетинговый потенциал российских выставок сфокусирован на местном рынке, о чём говорит статистика: выставки, проводимые в России, собирают порядка 92–93 % соотечественников и только 7–8 % зарубежных посетителей [4]. Это иллюстрирует острую необходимость изменения вектора движения в сторону международного рынка, учитывая мультипликативный эффект выставочных мероприятий и сопровождающую всю сферу международной торговли «мягкую силу».

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Международные эксперты оценивают сектор конференций, конгрессов и деловых встреч на территории Российской Федерации в сумму более чем 500 млн евро в год. По официальным оценкам, доля России на мировом рынке в сфере международных конгрессных мероприятий закрепилась на отметке менее 1 %, а доля в мировой торговле - 3–4 %. Оценка конгрессного рынка со стороны российских экспертов варьируется в пределах от 10 до 15 млрд. руб. Ежегодно на территории страны проводится 10000–13500 мероприятий. Также в настоящее время отмечается улучшение состояния материально-технической базы конгрессно-выставочной деятельности, то есть сохраняется и увеличивается возможность проведения крупных мероприятий: конгрессов и конференций - 165 городов Российской Федерации готовы к предоставлению площадок. Но тут важно отметить, что становится все более заметна разница в аспекте технической оснащенности мероприятий современными инновационными технологиями и кадрами, готовыми работать с таковыми, по сравнению с другими странами [5].

Приоритетными вопросами стали аспекты по укреплению делового сотрудничества, направленные на продвижение инфраструктуры и услуг бизнес направлений центров международной торговли (в том числе ЦМТ Москвы); укрепление имиджа центров как многофункционального делового комплекса международного уровня с высокими стандартами безопасности и первоклассным сервисом; повышение узнаваемости отечественных центров, их цитируемости; содействие повышению конкурентоспособности центров через поиск и применение лучших реализованных практик у зарубежных партнеров и, естественно, повышение доходности компаний.

Помимо этого, центры международной торговли, активно развивающие конгрессно-выставочную деятельность в России, намечают продвижение основных направлений своей деятельности и предоставляемых услуг через представителей на партнерских и собственных мероприятиях, обмениваясь при этом опытом с членами АЦМТ (Ассоциации Центров Международной Торговли). В этом разрезе уделяется внимание и знакомству с современными инженерными решениями в области развития и расширения инфраструктуры выставочной и конгрессной деятельности.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Помимо этого, говоря о развитии инфраструктуры конгрессно-выставочной деятельности, следует упомянуть о создании сети региональных конгрессно-выставочных бюро в России, что должно стать платформой для эффективного продвижения субъектов страны на международном и внутреннем рынках - происходит развитие региональных экономик благодаря привлечению мероприятий делового формата, повышения качества услуг компаний регионов и развитию делового туризма в разрезе регионов [6]. Это наиболее эффективный инструмент для развития российского выставочно-ярмарочного и конгрессного рынка и один из факторов для комплексного решения задач региона и продвижения на международном уровне. Региональное конгрессно-выставочное бюро является некоммерческой маркетинговой организацией, в чьи задачи входит продвижение региона на событийных рынках в России и за рубежом, привлечение мероприятий и контроль их качества, а также консолидация и координация игроков рынка.

Другими словами, это некоммерческая организация, ответственная за продвижение и экономическое развитие своего региона, населенного пункта посредством привлечения и организации деловых мероприятий, туристического маркетинга и предоставления различных сервисов участникам выставочно-ярмарочного и конгрессного рынка.

Являясь одним из «лифтов» и катализаторов отрасли, сеть региональных конгрессно-выставочных бюро создается под эгидой Ассоциации «Национальное конгресс-бюро» с возможным участием региональных ТПП, корпораций развития и агентств по привлечению инвестиций.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Резюмируя все вышеописанное, можно сказать, что эффективное развитие конгрессно-выставочной деятельности требует тесных совместных и скоординированных действий федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов РФ, торгово-промышленных палат, предпринимательских союзов и отраслевых объединений конгрессно-выставочной отрасли. При этом современная система взаимодействия государственных институтов и отраслевых профессиональных ассоциаций России по развитию конгрессно-выставочной деятельности моментами требует усовершенствования.

Параллельно для формирования современной высокоорганизованной конгрессно-выставочной отрасли необходимо использовать координирующий потенциал отраслевых сообществ полностью.

Большим плюсом в этом направлении было бы формирование на базе профессиональных ассоциаций совместно с государственными структурами единого окна для обращения операторов для включения мероприятий в перечни поддержки со стороны федеральных и региональных органов власти, а участникам мероприятий – для предоставления документов на получение субсидий, к примеру. Все это позволит сделать процесс субсидирования более простым и понятным, повысит число желающих принять участие в кон-грессно-выставочных мероприятиях и воспользоваться возмещением затрат, что в свою очередь поспособствует развитию инфраструктуры конгрессно-выставочной отрасли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Солнцева О. Г. Роль инновационной составляющей в развитии региональной экономической политики в современных условиях // Вестник университета. 2016. № 5. С. 166–170.
2. Стратегия развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации до 2030 года. URL: https://ruef.ru/assets/files/documents/СТРАТЕГИЯ_КВО_проект_08.06.21-для%20сайта.pdf (дата обращения: 01.11.2022).
3. Цунаева Ю. О. Современная трансформация сегментов туристского рынка // Актуальные проблемы управления. М.: Изд-во гос. ун-та управления, 2022. С. 73–76.
4. Офицерова Н. А. Роль туризма в Российской экономике // Львовские чтения - 2018. М.: Изд-во гос. ун-та управления, 2018. С. 137–140.
5. Дышловой И. Н., Солнцева О. Г. Проектный и процессный подходы к реализации программ развития региона // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. Т. 14, № 1. С. 55–67.
6. Мадиярова Э. С. Влияние mice-индустрии на торгово-экономическое развитие стран и регионов // Актуальные проблемы управления. М.: Изд-во ГУУ, 2020. С. 227–231.

УДК 332.1

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ

А. Ю. Королева

Научный руководитель: к.э.н., доцент Е. В. Губанова
Калужский филиал Финуниверситета, г. Калуга, Россия

A. Yu. Koroleva

Scientific supervisor: Candidate of Economics, Associate Professor E. V. Gubanova
Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga, Russia

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы, связанные с эффективным развитием и образованием региональных инновационных подсистем. В данной работе проанализирована кластерная политика Калужской области. Рассмотрена степень развития инновационного территориального кластера, демонстрируются возможные варианты его будущего развития.

Ключевые слова: кластер, кластерная политика, регион, участники кластеров, инновационная ориентированность.

Политика, направленная на создание и стимулирование территориальных кластеров, неоднократно демонстрировала свою высокую эффективность в качестве одного из способов привлечения дополнительного

объёма как отечественных, так и зарубежных инвестиций, а также развития экономического объединения домохозяйств внутри региона и повышения качества выпускаемой продукции вследствие увеличения конкуренции. На территории Калужской области уже более 12 лет проводятся разнообразные мероприятия, целью которых является создание и поддержание нормативно-правового, экономического и организационного регулирования деятельности по формированию и обеспечению эффективной работы кластеров.

На данный момент большая часть субъектов Российской Федерации активно инвестирует в кластерное развития, стараясь привлекать наиболее квалифицированные кадры, внедряя экономические меры поддержки и обеспечивая создание соответствующих нормативно-правовых актов. Следствием такой политики со стороны регионов является повышение уровня конкуренции за иностранный и отечественный капитал. Агентство Стратегических Инициатив ежегодно рассчитывает рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации. Отличительная черта нижеприведенного рейтинга заключается не только в использовании количественных данных, но и в привлечении мнений авторитетных экспертов по развитию инвестиционного климата. В таблице 1 показаны субъекты, занимающие лидирующие позиции в данном рейтинге.

Таблица 1

10 регионов с развитым инвестиционным климатом

Наименование субъекта	Место в рейтинге 2019 г.	Место в рейтинге 2020 г.	Место в рейтинге 2021 г.
Москва	1	1	1
Республика Татарстан	2	2	2
Тюменская область	3	12	3
Тульская область	6	3	4
Республика Башкортостан	16	9	5
Нижегородская область	14	18	6
Краснодарский край	13	6	7
Калужская область	4	8	8
Челябинская область	-	25	9
Республика Саха	-	20	10

Изучив представленную выше таблицу, мы пришли к выводу, что Калужская область входит в 10-ку регионов Российской Федерации с наиболее развитым инвестиционным климатом. Данный факт ещё раз подтверждает эффективность политики, направленной на формирование и улучшение кластеров внутри региона. В Калужской области существуют следующие инвестиционные кластеры:

- Кластер «Фармацевтика, биотехнологии и биомедицина»;
- Промышленный кластер автомобилестроения;
- Кластер композитных и керамических технологий;
- Кластер информационных и коммуникационных технологий
- Кластер ядерных технологий;
- Обнинский кластер науки и образования;
- Туристско-рекреационный кластер;
- Агропромышленный кластер.

Стоит отметить, что, согласно международным стандартам, самым продвинутым инвестиционным кластером из числа вышеперечисленных является фармацевтический кластер, который был создан в марте 2012 года и состоит не только из отечественных компаний, но и из зарубежных. Кроме того, данный кластер содержит 3 научных центра, 40 малых инновационных и проектных компаний, 12 заводов полного цикла по стандартам GMP, выпускающих 162 готовых лекарственных средства. в числе инвесторов крупнейшие мировые концерны «АстраЗенека Индастриз», «Ново Нордиск», «Хемофарм», «Берлин Фарма». Важно подчеркнуть, что основными целями фармацевтического кластера являются осуществление доклинических и клинических испытаний, массовое производство лекарственных препаратов (на данный сегмент приходится более 75% производства всего кластера) и создание медицинского оборудования. Более того, к 2024 году планируется построить центр протонной терапии в Калужской области. Его главное предназначение заключается в эффективном лече-

нии людей, страдающих от онкологических заболеваний. Следует выделить тот факт, что в 2017 году высокая результативность системы руководства кластером была подтверждена и отмечена во время выездного аудита и комплексной оценки, выполненной Европейским Секретариатом Кластерного Анализа (ESCA). По результатам мероприятий ESCA фармацевтический кластер региона был удостоен серебряного сертификата «Cluster Excellence». Таким образом, став первым обладателем данной награды среди всех субъектов РФ.

Рассмотрим кластер информационных и коммуникационных технологий, который выполняет значимую роль в развитии региона Центрального федерального округа в целом и Калужской области в частности. Данный кластер был создан в 2013 году. В текущее время насчитывает в своём составе 133 организации. Деятельность компаний, включённых в состав данного кластера, нацелена на разработку техники для проведения вычислительных операций, обеспечение надлежащего уровня информационной защиты и поддержание работоспособного состояния информационно-вычислительного оборудования. Примером компании-участника данного кластера является «Калуга Астрал», которая выполняет не только свою основную деятельность, но и является базой для функционирования бесплатных школ информационных технологий для детей, стимулируя интерес школьников к программированию. К примерам таких школ относят «Яндекс.Лицей», «Сириус», и «Крафтвэй Корпорэйшн ПЛС». Помимо этого, в рамках кластера информационных и коммуникационных технологий работает бизнес-инкубатор, некоторые компании активно взаимодействую с учебными заведениями разных уровней.

Кроме того, значительно развивается автомобильный кластер. К участникам данного кластера относятся как компании, производящие легковые автомобили (Например, Volkswagen), так и производители комплектующих. Следует отметить, что из-за обострения геополитической ситуации между Россией и Европейским союзом 18 организаций «заморозили» свою работу в Калужской области. Это пришлось сделать, так как следствием событий на геополитической арене стал логистический кризис ввиду невозможности совершать оперативные поставки комплектующих на территорию Российской Федерации. Важно подчеркнуть, что проблемы с логистикой наблюдались и во время пандемии в 2020-2021 году, что также привело к временной приостановке работы предприятий. На данный момент власти РФ стремятся минимизировать негативные последствия от «Санкционной войны» со стороны ЕС и США. Для достижения этой цели активно прорабатываются варианты новых маршрутов для дальнейших поставок необходимых комплектующихся, а также проводится работа по организации торговых операций с иными странами. В то же время объём промышленного производства в регионе снизился лишь на 5,2%, что наглядно демонстрирует высокий уровень диверсификации промышленной составляющей Калужской области.

Перейдём к агропромышленному кластеру. Во многом его образованию поспособствовало издание постановления правительства Калужской области об утверждении государственной программы Калужской области «Развитие сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Калужской области». Появление данного кластера позволило увеличить площадь, занятую под посев сельскохозяйственных культур на несколько процентов, а производства зерна на 15%. Ведущим предприятиям агропромышленного кластера стало ООО «АгроИнвест», базирующиеся в Людиновском районе. Кроме того, молочное скотоводство играет одну и важнейших ролей в развитии сельскохозяйственного потенциала Калужской области. На данный момент основной деятельностью 60-ти комплексов является производство молока. За 2021 год объем производства валовой сельскохозяйственной продукции в хозяйствах всех категорий достиг 57,5 млрд. руб., индекс физического объема к соответствующему периоду прошлого года – 100,1%. Следует отметить, что ведущим направлением сельскохозяйственного производства на территории Калужской области является молочно-мясное скотоводство. Помимо этого, в регионе производится значительные объёмы зерновых культур, овощей и картофеля. В настоящее время Калужская область способна обеспечить себя мясом и молоком на 119,5% и 153,1%, соответственно, картофелем на 87,2%, овощами 96,8%.

Важно подчеркнуть, что первостепенную роль в рамках политики развития сельского хозяйства Калужской области играет привлечение частного капитала. Около 3,5 млрд. руб. было вложено отечественными и иностранными инвесторами в сфере сельского хозяйства на территории региона.

Рассмотрим авиационно-космических технологий полимерных композитных материалов и конструкций, который начал свою работу с 2014 года. Главной задачей данного кластера является проведение НИОКР и участие в решениях, касающихся комплексных задач в научной сфере. К ключевой целью ядерного кластера относят формирование и управление системой предприятий, чья деятельность сосредоточена на использовании энергии, получаемой в результате проведения ядерной реакции. Помимо этого, ядерный кластер активно работает над подготовкой системы управления цепочками поставок лекарственных препаратов, имеющих в своём составе радиоактивные вещества. В ближайшее время на территории первого наукограда СССР – Обнинска заработает ИНТЦ «Парк атомных и медицинских технологий», где будут прорабатываться задачи связанные

с поиском эффективных решений в сфере создания инновационных материалов на стыке ядерной и медицинской области.

В Обнинске есть и другой кластер – науки и образования, который успешно функционирует уже более 5 лет (с 2017 года). Усилия участников данного кластера направлены на объединение лиц, работающих в научно-исследовательской, педагогической и инженерной сфере для повышения уровня образования людей. Это достигается с помощью создания команды кураторов для обеспечения высокого уровня развития вышеперечисленной деятельности. Большая часть работы рассматриваемого кластера строится вокруг следующих задач:

- Определение и воплощение наиболее перспективных проектов научной, образовательной и предпринимательской деятельности;

- Обеспечение надлежащего уровня реализации политики региона, направленной на повышение уровня образования и стимулирования научно-технического прогресса;

- Выстраивание долгосрочных отношений с юридическими лицами, работающими в инновационной сфере.

Стоит отметить, что работа данного кластера направлена не только на обучение и развитие высококвалифицированных кадров, но и на повышения уровня заинтересованность подростков в науке, обеспечивая наиболее способных учеников платформой для развития в интересующих их областях.

В 2016 года на территории Калужской области заработал туристический кластер. Активная фаза роста данного кластера началась в 2019 году после утверждения программы, направленной на повышение туристической привлекательности региона. В итоге в рамках описываемого кластера трудятся 42 организации, ежегодно повышая туристический поток в область. Важно подчеркнуть, что туристический кластер сыграл ключевую роль в проведении новогодних мероприятий в 2021 году, когда Калуга была выбрана новогодней столицей России.

Помимо вышеперечисленных кластеров в Калужской области существует и самый молодой кластер - цветочный. Его официальной датой начала работы считается 16 сентября 2022 года. Целью данного кластера называют обеспечения высокого уровня взаимовыгодного сотрудничества калужских производителей цветов с целью повышения качества услуг, товара и увеличения общего объёма производств. Это особенно актуально во время изоляции России от внешнего мира, так как такие шаги позволят оперативно заменить иностранные товары на отечественные. Кроме того, эффект от работы данного кластера будет распространяться не только внутри Калужской области, но и в России в целом. Головной организацией данного кластера станет «Калужский Цветочный Холдинг»

Проанализировав вышеизложенный материал, можно прийти к выводу о том, что Калужская область делает активный упор на развитие экономической, технологической и социальной сферы внутри региона при помощи создания кластеров по всем актуальным для региона направлениям. Эффективная работа кластером поддерживает высокий уровень конкуренции местных производств на российском и международном рынке. Следовательно, это увеличивает уровень жизни населения региона. Доказательством рационального использование административного ресурса и частного капитала является положение Калужской области в рейтинге регионов с наиболее развитой инновационной политикой. Такие успехи – начало долгосрочной работы по формированию экономических отношений между крупнейшими предприятиями и представителями малого и среднего бизнеса, которые также играют значительную роль в процессе функционирования транснациональных корпораций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Центр кластерного развития: сайт. URL: https://airko.org/ckr (дата обращения: 30.10.2022).

2. Калужский ИКТ-кластер: сайт. URL: http://ictcluster.ru/cluster/cluster_activity/ (дата обращения: 30.10.2022).

3. Ассоциация Калужский Фармацевтический Кластер: сайт. URL: https://www.pharmclusterkaluga.ru/ (дата обращения: 30.10.2022).

4. Губанова Е. В., Орловцева О. М., Матчинов В. А. Особенности формирования инвестиционного потенциала отраслей АПК региона // Калужский экономический вестник. 2021. № 1. С. 43–48.

5. Губанова Е. В., Шихшунатова А. Р. Оценка инвестиционного потенциала агропромышленного комплекса региона // Калужский экономический вестник. 2021. № 3. С. 35–43.

6. Губанова Е. В. Повышение инвестиционного потенциала АПК региона // Развитие АПК и сельских территорий в условиях модернизации экономики: материалы III Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. памяти д.э.н., профессора Н. С. Каткова. Казань, 2021. С. 70–74.

УДК 338.465.4:61

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ КАК ФАКТОР ЕГО РАЗВИТИЯ

Л. К. Кузьмина
Институт проблем региональной экономики РАН, Санкт-Петербург, Россия

L. K. Kuzmina
Institute for Regional Economy Studies Russian Academy of Science, St. Petersburg, Russia

Аннотация. **В статье рассматриваются проблемы влияния на здоровье населения преобразований в здравоохранении, анализируется проблема социальной и экономической эффективности его развития с учетом этих преобразований. Показана значимость внедрения и использования цифровых технологий в достижении основных целей национального проекта «Здравоохранение» в контексте его пациентоориентированной направленности. Показано, что одной из главных задач отрасли является взаимоувязка иерархии реформирования здравоохранения на основе общей цели и синхронизации процессов институционального и инфраструктурного развития всех сегментов социальной сферы.**

Ключевые слова: здравоохранение, здоровье, управление, цифровизация.

I. ВВЕДЕНИЕ

Здравоохранение – один из сегментов социальной сферы, который является важным в силу своей специфики и значимости для сбережения и сохранения здоровья населения. Современные вызовы развития этой отрасли заключаются с одной стороны в необходимости сбалансированного его развития, а с другой, развитием и функционированием обеспечивающей инфраструктуры.

Управление этой сложной системой имеет специфические особенности. Здравоохранение является социально-экономической подсистемой региона, которая в значительной степени создает условия повышения эффективности человеческого капитала. Здоровье населения во многом зависит от характеристик институциональной среды региональной системы здравоохранения. В современных условиях одним из важнейших факторов воспроизводственного процесса становится здоровье населения, усиливающее процесс накопления запаса знаний, навыков, умений и способностей к высокопроизводительной деятельности.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью настоящей статьи является исследование основных механизмов целенаправленного воздействия на условия и факторы влияния развития системы здравоохранения, анализ роли влияния факторов, сдерживающих реализацию стратегических приоритетов инфраструктурного и институционального развития пространства здравоохранения.

III. ТЕОРИЯ

С учетом современных тенденций здоровье в стратегическом развитии региона выступает в качестве цели и ожидаемого результата социально-экономических преобразований, а так же механизмом развития.

Современные вызовы в области здравоохранения связаны с влиянием целого ряда специфических факторов, отражающих внутренние проблемы данного сегмента социальной сферы.

Неоднократные попытки модернизации российского здравоохранения не дали существенных результатов. Основной акцент был сделан на повышении эффективности медицинской помощи. Предполагалось, что в обозначенные сроки будет усилена работа по нивелированию негативных тенденций. Однако в силу того, что деятельность по программированию отрасли характеризовалась непоследовательностью и хаотичностью проблемы отрасли продолжались нарастать, значительно ухудшилась демографическая ситуация, эпидемиологическая, санитарно-гигиеническая. Существенно снизилась работа профилактической направленности и пр. это не могло не сказаться на снижении качества медицинской помощи, росте неудовлетворенности населения уровнем здоровья. Недофинансирование, рост заболеваемости и смертности, сворачивание научной работы, ограничение ресурсного обеспечения все это оказало отрицательное воздействие на процессы формирования здоровья населения. Расширение спектра платных услуг («коммерциализация»), снижение объема медицинской помощи,

обострение её доступности привели к нарушению конституционных прав граждан на доступную и бесплатную медицинскую помощь.

Резко возросла необходимость разработки политики развития здравоохранения с учётом новых акцентов. Так, в основе тенденции увеличения медицинских расходов лежат причины не только демографического порядка, но и увеличение доли пожилого населения, которое нуждаются в медицинских услугах, а также вопросы технико-экономического характера, вступление медицины в полосу устойчивого развития, характеризующуюся серьезными сдвигами в технической оснащенности и повышении стандартов обслуживания. В этой связи необходимо отметить, что затраты на диагностику и лечение населения неуклонно растут и это тенденция усилится при любом типе организации охраны здоровья.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ

Объективные тенденции развития медицинской науки обусловливают повышение расходов на развитие инновационных методов диагностики, профилактики, лечения, совершенствование организационно-технических инноваций в здравоохранении, развитие медицинской науки, кадрового потенциала, подготовку высокопрофессиональных кадров, развитие международного сотрудничества.

Новые акценты в политике здравоохранения связаны со структурной перестройкой системы оказания медицинских услуг на фондоемкие и дорогостоящие виды помощи. Модернизация системы здравоохранения требует, прежде всего, новых подходов к распределению и использованию ресурсов на обеспечение конституционных гарантий сохранения и укрепления здоровья населения. Практика концентрации ресурсов здравоохранения в секторе специализированных федеральных и региональных центров, специализированных клиниках не дала ожидаемого эффекта. В основу деятельности здравоохранения должны быть заложены принципы согласованного функционирования существующих систем.

Перед здравоохранением поставлены задачи оптимизации деятельности всех его структур. Цифровизация медицины является одним из факторов эффективного развития отрасли. Внедрение современных информационных технологий позволяет осуществить комплексный подход к оказанию медицинских услуг, значительно усилить управление системой, снизить объем рутинных функций, внедрить систему контроля, упростить систему документооборота, и пр.

Пандемия ускорила процесс цифровизации отрасли по всем направлениям деятельности от записи на приём к врачу, выписки рецептов, телемедицинских консультаций, обмена данными, документооборота.

Телемедицина явилась эффективным механизмом функционирования управления здоровьем.

Решение менеджментом целевых установок деятельности системы здравоохранения в рамках реализации национальных проектов «Здравоохранение», «Демография» основано на использовании правовых, организационных, финансовых механизмов которые обеспечивают устойчивость системы. Необходимо формировать и использовать новые управленческие методы, направленные на реализацию мероприятий по устойчивому развитию системы здравоохранения, сохранению здоровья, обеспечению доступности и качества медицинской помощи.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В этой связи необходима реализация мер по созданию и использованию новых технологий и услуг, отвечающие современным вызовам.

Стратегия развития здравоохранения [1] предусматривает:

– Увеличение ожидаемой продолжительности жизни при рождении до 78 лет;

– Снижение младенческой смертности до 34,5 случаев на 1 тыс. детей, родившихся живыми;

– Снижение смертности лиц трудоспособного возраста до 350 случаев на 100 тыс. человек соответствующего возраста;

– Снижение смертности от заболеваний системы кровообращения до 450 случаев на 100 тыс.;

– Снижение смертности от новообразований до 185 случаев на 100 тыс. человек;

– Снижение смертности от дорожно-транспортных происшествий до 3,9 случаев на 100 тыс. человек;

– Сокращение потребления алкоголя до 8 литров на человека и потребление табака до 27% среди взрослого населения:

– Профилактические осмотры до 70 %.

Это становится реально возможным при наличии соответствующей финансовой поддержки реализации национального проекта «Здравоохранение. Основные финансовые приоритеты:

– общий бюджет - 1725,7 млрд. рублей;

– борьба с онкологическими заболеваниями – 969 млрд рублей;

– развитие детского здравоохранения – 211,5 млрд рублей;

– создание единого цифрового контура – 177,6 млрд рублей;

– обеспечение квалифицированными кадрами – 166,1 млрд рублей;

– борьба с сердечно-сосудистыми заболеваниями – 7 5,2 млрд рублей;

– развитие медицинской науки - 63,9 млрд рублей;

– развитие первичного звена - 62,5 млрд рублей;

– экспорт медицинских услуг – 0,2 млрд рублей.

Разработаны механизмы реализации всех отмеченных мероприятий, включающие обеспечение координации действий всех органов власти (федеральные, региональные, местные, медицинские, образовательные, общественные, и пр.).

Выполнение плана предусматривает мониторинг всех разделов и этапов реализации Стратегии. Выполнение комплекса мер осуществляется за счет бюджетов системы Российской федерации с включением средств, предусмотренных на реализации. Программ «Развитие здравоохранения» и национальных проектов «Здравоохранение», «Демография» и других целевых программ. Одной из основных целей необходимых преобразований системы здравоохранения является сохранение и укрепление здоровья населения. Медицинские организации в последнее время стали объектом повышенного внимания. COVID-19 обострил все проблемы, связанные с необходимостью повышения эффективности деятельности учреждений здравоохранения. Внедрение медицины высоких технологий остро поставило вопрос об эффективной организации деятельности всех организаций медицинского профиля. Проблема успешного управления требует последовательной реализации мероприятий по выявлению и устранению негативных факторов развития системы.

Факторы, как внешней, так и внутренней среды отражается на эффективности использования как внешних, так и внутренних резервов развития. Внешние факторы – это нехватка помещений, устаревшее оборудование, низкий уровень диагностики, недоступность отдельных услуг, нарастание их недоступности и пр. К факторам внутренней среды можно отнести дефицит квалифицированных кадров, невысокая управленческая квалификация менеджеров, ресурсное обеспечение и развитие инфраструктуры организаций с использованием цифровых технологий и инновационных подходов, использование передовых форм и методов информатизации. Назрела необходимость рассмотрения вызовов управления качеством медицинской помощи в комплексе усиления технологичности за счета внедрения и широкого распространения цифровизации.

Неизменно возрастает роль формирования особой среды деятельности медицинских организаций. Последнее обусловлено ростом технико-технологических инноваций, развитием биомедицины, биотехнологий, знаний, навыков. Значительно выросла потребность во взаимодействии и координации связей, необходимых для оказания медицинской помощи населению. Инновационные изменения сделали возможным удаленное оказание отдельных видов деятельности, что и послужило основой формирования благоприятных тенденций развития медицинской отрасли.

Широкое использование цифровых технологий позволяет более активно внедрять достижения науки, новейшие эффективные лечебно-профилактические технологии обеспечивающие усиление диагностики, лечения, профилактики. Одновременно усиливается процесс подготовки специалистов, способных обеспечить трансферт инновационных технологий в практическое здравоохранение, что позволяет формировать конкурентный рынок медицинских услуг.

Расширение спектра цифровых технологий существенно повышает результативность фундаментальных и прикладных исследований, разработок и обеспечивает качество их экспертизы и достоверности полученных результатов. Цифровизация дала импульс развитию трансляционной медицины, что, в свою очередь, усилила процесс взаимодействия различных специалистов организаций секторов медицины.

Обмен специализированной информацией значительно расширяет спектр внедрения и использования опережающих технологий, что позволяет более эффективно осуществлять деятельность медицинских учреждений.

Сотрудничество с ведущими научно-образовательными организациями значительно расширяет панораму научных исследований, направленных на создание и внедрение опережающих медицинских технологий.

Использование цифровых технологий оптимизирует процесс принятия решений по уточнению диагноза, использованию лекарственных препаратов и пр. что усиливает персонализацию помощи клиентам он-лайн. Это позволяет не только осуществить оценку и анализ процесса лечения, усилить контроль, повысить качество и доказательность результатов. Взаимодействие с помощью индивидуальных электронных устройств обеспечит оперативное получение информации об изменении тех или иных показателей, что дает возможность в необходимых случаях изменить методику лечения, принять экстренные меры. Таким образом, оперативно формируются новые виды оказания медицинской помощи.

В рамках реализации стратегии развития здравоохранения уже в ближайшие годы (2024 г) все организации и учреждения будут подключены к единой государственной системе (ЕГИЗ). Внедрение этой системы послужит основой для совершенствования информационного взаимодействия всех структур, что позволили накапливать растущий объем фактических данных в процессах, происходящих в организациях, а также наращивать объём ресурсов, вкладывающих в развитие потенциала общественного здравоохранения и обеспечить гибкое реагирование на изменения тенденций.

Создаются региональные системы диспетчеризации скорой помощи (в рамках реализации федерального проекта «Создание единого цифрового контура в здравоохранении на основе ЕГИЗ»).

Главные функции развития цифровизации: мониторинг, оценка, поддержка принятия решений на основе получаемых фактических данных. Это дает возможность сопоставления результатов, в целях устранения недостатков в различных сегментах здравоохранения

Многосторонний мониторинг деятельности систем здравоохранения является действенным элементом порядка, играет важную нормативную роль в формировании политики. Политика в области здравоохранения должна быть нацелена на перспективу, а в настоящее время она по-прежнему ориентирована на принятие непосредственных мер реагирования. В настоящее время наиболее актуальным вопросом развития здравоохранения становится кадровая стабильность в перспективе. Мониторинг использования и расстановки кадров позволит дать критическую оценку профиля и состава кадровых ресурсов для дальнейшей их мобилизации.

Подготовка кадров должна соответствовать современным требованиям как количественно, так и качественно. Электронные средства позволяют перейти на новую модель непрерывного медицинского образования (НМО). Именно с этой целью развивается интернет-портал непрерывного образования, где регистрируются и используются дистанционные модули образовательных программ. Доступ к медицинскому непрерывному образованию организован через портал госуслуг и Федеральный реестр медицинских работников. Большинство специалистов обучаются дистанционно.

Использование интерактивных образовательных модулей изменяет характер обучения, усиливает интерактивные контакты специалистов с научными, образовательными, лечебными организациями и коллегами. Электронные средства с успехом обеспечивают диалоги между различными специалистами, а также получение и обмен информацией в формате онлайн-семинаров, конференций, дискуссий, стажировок, консультирования, наставничества. Онлайн взаимодействие позволяет генерировать инновации, обладающие спектром влияния.

Управление медицинскими учреждениями во многом зависит от организации документооборота на всех уровнях. Необходимо отметить, что специалисты по информационным технологиям ведут большую работу по внедрению технологий в документационное обеспечение (создание, обработка, хранение, использование документов в организации). Это требует разработки комплекса мероприятий по обучению сотрудников по вопросам подготовки, движения, хранения документов. Помимо этого необходимо формировать умеbния по пользованию информацией в электронном виде и на бумажных носителях следует подчеркнуть, что орт качества управления документами зависит эффективность текущей деятельности организации и управленческие решения. Информационная система документооборота определяет и уменьшает возможные риски, повышает качество и эффективность управления. В условиях, когда эффективность деятельности организаций зависит от скорости качества поступающей информации и принятия решений, все более отчетливо проявляется тенденция к сокращению числа управленческих звеньев и сосредоточению функций высшего менеджмента на решении стратегических вопросов. Информатизация процессов способствует усилению креативности подходов к реорганизации служб и перераспределению персонала, а также снижению уровня рутинной деятельности.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изложенное позволяет нам сделать следующие выводы.

Использование цифровых технологий оптимизирует процесс принятия решений по уточнению диагноза, использованию лекарственных препаратов и пр. что усиливает персонализацию помощи клиентам он-лайн.

Многосторонний мониторинг деятельности систем здравоохранения является действенным элементом порядка, играет важную нормативную роль в формировании политики.

Подготовка кадров должна соответствовать современным требованиям как количественно, так и качественно. Использование интерактивных образовательных модулей изменяет характер обучения, усиливает интерактивные контакты специалистов с научными, образовательными, лечебными организациями и коллегами. Электронные средства с успехом обеспечивают диалоги между различными специалистами, а также получение и обмен информацией в формате онлайн-семинаров, конференций, дискуссий, стажировок, консультирования, наставничества. Онлайн взаимодействие позволяет генерировать инновации, обладающие спектром влияния.

В совокупности эффекты передачи и получения информации означают, что управление процессами лечения, профилактики и др. должны быть общим делом предупреждения и совершенствования мер реагирования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Стратегия развития здравоохранения в Российской Федерации на период до 2025 года: утв. Указом Президента Российской Федерации от 6 июня 2019 г. № 254. URL: http://government.ru/docs/all/122274/ (дата обращения: 31.10.2022).

УДК 338.45

ПУТИ РЕШЕНИЯ МУСОРНЫХ ПРОБЛЕМ В РОССИИ: СРОКИ, РЕЗУЛЬТАТЫ, ВОЗМОЖНОСТИ

Н. А. Кулик, С. В. Вейсерт
Омский Государственный Технический Университет, Омск, Россия

N. A. Kulik, S. V. Weisert
Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В статье описаны экологические проблемы утилизации мусора, приведены возможные способы её решения. Выявлено, что проблемы мусора в стране на данный момент актуальны как никогда раньше. В стране отходы в основном подлежат захоронению или сжигаются, что приводит к экологическим и социальным проблемам. В работе сформулированы проблемы утилизации мусора в Росси, такие как торможение «мусорной реформы», несанкционированные свалки, противоречия в нормативных актах и не налаженной системы раздельного сбора мусора. Определено, что решить глобальную проблему поможет рециклинг, но начинать нужно с разумного потребления.

Ключевые слова: проблема мусора, обращение с отходами, раздельный сбор, рециклинг, разумное потребление.

I. ВВЕДЕНИЕ

Задачи удовлетворение растущих потребностей населения и повышение темпов социально роста на сегодняшний день приобрели особую актуальность. Выполнение данных задач влечёт за собой увеличение глобальных социальных проблем, которые имеют эколого-экономическую направленность. Увеличение объемов бытового мусора является одной из таких проблем. Учёные определяют данную проблему как одну из ключевых глобальных экологических проблем в связи с высокими темпами её роста.

Проблема твёрдых бытовых отходов волнует человечество довольно продолжительное время. Под свалки отводятся пахотные земли и все более ухудшается санитарно-гигиеническая обстановка и состояние окружающей среды в целом. Мусорные свалки в России, являясь загрязнителями окружающей среды, представляют собой серьёзную опасность. Большинство из таких свалок заполняются и оборудуются с нарушение установленных норм, а места их нахождения должным образом не подвергаются гидрологической проработки. Решение мусорной проблемы в России в настоящее время определено потребностью решения возникших вопросов грамотной утилизации и переработки твёрдых бытовых отходов, что предполагает введение в действие новых механизмов сбора отходов и дальнейшей сортировки. Решение данного вопроса невозможно без использования инновационных технологий.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью работы является выявление экологической проблемы утилизации мусора и возможных способов ее решения. Для достижения поставленной цели необходимо:

1) выявить актуальность экологической проблемы мусора в России;
2) сформулировать проблемы экологической утилизации мусора в России;
3) определить пути решения мусорных проблем в России.

III. ТЕОРИЯ

Ведущие мировые державы, такие как Россия, Китай и США, сегодня являются наиболее активными загрязнителями окружающей среды. Вопрос экологического благополучия стал как никогда раньше актуальным для современной России. По мнению ведущих экологических организаций, проблема мусора в России будет ухудшаться со временем ещё сильнее. Причем её негативные последствия, предсказать которые довольно трудно, могут быть опасны не только для страны, но и для всей планеты.

Если в рейтинге стран по уровню экологии в 2018 году Россия занимала 52 место с индексом 63,79, который формируется на основе 22 показателей в 10 категориях, отражающих различные аспекты состояния окружающей природной среды и жизнеспособности её экологических систем, то в 2022 году Россия занимает уже 112 место с индексом 37,5. Для сравнения, самой чистой в экологическом понимании страной в 2018 году была Швейцария с индексом 87,72, а в 2022 году – Дания с индексом 72,9 [2].

В России мусор, как правило, захороняется на свалках или сжигается. Такая утилизация твёрдых бытовых отходов порождает экологические и связанные с ними социальные проблемы. Полигонное захоронение, как отмечают эксперты данной области, является неэффективным методом нейтрализации отрицательного воздействия отходов на окружающую среду. При захоронении отходов не формируется устойчивого потока вторичных ресурсов.

Ежегодно, по данным Минприроды России, на каждого жителя страны приходится утилизировать 400 килограммов мусора. Статистика показывает, что в нашей стране образуется около 60 миллионов тонн отходов каждый год.

В соответствии с Федеральный закон от 24.06.1998 N 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления», муниципальные органы власти были обязаны организовывать процессы сбора, вывоза твёрдых бытовых отходов с их последующим хранением и переработкой [1].

Со временем стало ясно, что закон, действующий 20 лет, не применяется на практике, ведь мусор нигде не перерабатывается должным образом. Не более 5 млн. отходов получают «вторую» жизнь, в основном это бумага, пластик и древесина. Остальные отходы оседают на полигонах и свалках, которые часто являются незаконными.

Для того, чтобы изменить ситуацию, на уровне правительство было принято дать старт «мусорной реформе» с 1 января 2019 года. Реформа была нацелена на изменение стратегии обращения с отходами в городах и регионах России. Направлениями действий в рамках таких стратегий являются максимальное извлечение из отходов полезных фракций и сокращение образования отходов у источника за счёт выявления основных причин и улучшения существующих технологий, процессов и методов производства [4].

Из-за низкой компетенции сотрудников организаций сфер обращения с отходами, недостаточного уровня подготовки территориальных схем обращения с отходами и отсутствия стимулов внедрения наилучших доступных методов и технологий управления отходами, темпы внедрения прогрессивных методов обращения с отходами очень медленные. Ещё больше усложнили ситуацию расширенная ответственность производителей товаров и упаковки, которая законодательно закреплена в Российской Федерации, и продолжительное рассмотрение проектов законов о вторичных энергетических и материальных ресурсах.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

На данный момент в регионах России, как и в целом по стране, существует ряд проблем, связанных с экологической утилизацией мусора.

Анализ существующих проблем в сфере обращения с отходами, который заключался в изучение литературы на данную тему, позволил выявить ряд проблем экологической утилизации мусора в нашей стране.

Во-первых, во многих регионах России тормозит проведение «мусорной реформы». Уже больше трех лет, согласно реформе, россияне должны сортировать твердые бытовых отходы, мусоровозы – доставлять их на переработку, а производители - использовать как вторсырье. Планируется, что к 2030 году на свалки будет отправляться только малая часть мусора, а весь остальной мусор будет качественно отсортирован. Но реализация данных новшеств тормозится: сортировка твёрдых бутовых отходов применяется лишь в отдельных субъектах страны.

Во-вторых, в России большое количество несанкционированных и несоответствующих законодательству полигонов и свалок. Росту несанкционированных свалок, как это не парадоксально, способствовало введение с 2011 года лицензирование деятельности по транспортированию отходов, приведшее к увеличению в сотни раз количества организаций, недобросовестно осуществляющих транспортировку отходов. Организации данной области продолжили свою деятельность, но отказались от длительного процесса лицензирования. А так как полигоны принимают отходы только при наличии лицензии, фирмы начали вывозить твёрдые бытовые отходы на окраины населённых пунктов, в леса и другие произвольные и удобные места для свалки. В Госдуме Российской Федерации рассматривают законопроект об увеличение штрафов за выброс мусора в запрещённых местах. Предлагается обязывать виновных ликвидировать свалку и провести оздоровление почвы.

В-третьих, в нормативных актах относительно реализации «мусорной реформы» много противоречий. По данным «Российской газеты», больше всего нареканий зафиксировано в Алтайском крае, Хакасии, Новосибирской и Омской областях. В Туве, Хакасии, Алтайском крае, Кемеровской и Новосибирской областях предприятия отрасли закончили финансовый год с высокой кредиторской задолженностью [3].

В-четвёртых, в стране не налажена система раздельного сбора мусора, а также не хватает пунктов сбора отходов. Отходы, которые попадают на мусоросортировочные предприятия, имеют очень низкое качество. Люди не сортируют отходы с нуля, то есть дома. Далеко не во всех регионах страны созданы условия для раздельного сбора твёрдых бытовых отходов, поэтому основная часть мусора направляется на полигоны, свалки и на мусоросжигательные заводы, где работа по преобразованию энергии отходов не налажена.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Существует несколько путей решения экологической проблемы утилизации мусора. Например, максимальную выработку вторичных ресурсов может обеспечить внедрение раздельного сбора отходов. Инфраструктура сбора собираемых на практике отходов является реальным стимулом развития отрасли переработки отходов. Поэтому решить проблему остаточных отходов, которые требуют в дальнейшем операций по утилизации, можно с помощью раздельного сбора. Раздельный сбор отходов уменьшает вредное влияние мусора на окружающую среду, так как помогает предотвратить его разложение, гниение и горение на свалках. Система раздельного сбора отходов только если каждый, кто выбрасывает мусор, будет активно принимать в ней участие.

По данным ВЦИОМ, 27% россиян регулярно сортируют мусор, 13% граждан делают это время от времени, а 50% респондентов готовы сортировать мусор, когда у них появится такая возможность. 10% опрошенных респондентов скептически относятся к раздельному сбору отходов и не хотят этим заниматься [2]. Сегодня во многих городах России есть пункты приема отходов, постепенно происходит становление раздельного сбора отходов, россияне осознают важность сортировки отходов и качественной организации этого процесса.

Решить глобальную проблему человечества поможет рециклинг. Рециклингом называют эффективную систему сбора и переработки твердо бытовых отходов в продукты, которые имеют потребительскую стоимость. Процесс рециклинга начинается с раздельного сбора отходов и их идентификации с целью выявления из них пригодных для повторной переработки. Затем отходы сортируются по типу сырья. Система целевых дотаций является мощным стимулом внедрения рециклинговых технологий. Необходимо закрепить приоритет рециклинга перед менее экологическими способами обращения с отходами. Это возможно при корректировке нормативно-правовой базы, регулирующей процесс утилизации отходов, и минимальной поддержки государства. С точки зрения устойчивости, лучшим способом решения проблемы мусора является уменьшение потребление товаров, образующих отходов. Первое, что должен сделать каждый человек для решения проблемы мусора – разумное потребление. Это понятие означает целевое уменьшение количества отходов уже на этапе покупки товара. Осознанное приобретение товаров – то, что может сделать каждый человек на нашей планете.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, проблема мусора приобрела с настоящее время особую актуальность. Обострение ситуации с твёрдыми бытовыми отходами требует создания механизма управления процессом образования и переработки отходов. Стратегию обращения с твердыми отходами в России необходимо переосмыслить. Должен осуществится переход к рециклинговым методам переработки, работа должна проводится не над последствиями мусора на окружающую среду, а над причинами его неправильной утилизации. Каждый человек может помочь в решение данной проблемы, потребляя товары осознанно.Большинство регионов России не обладают достаточным количеством финансовых средств для запуска эффективных территориальных схем обращения с отходами. Если в больших городах России частный бизнес заинтересован в создании инфраструктуры по переработке твёрдых бытовых отходов, то в небольших населённых пунктах экономическая мотивация отсутствует. Поэтому без помощи со стороны государства и законодательных стимулов эффективно управлять твёрдыми бытовыми отходами не получится.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Об отходах производства и потребления: Федер. закон от 24 июня 1998 г. № 89-ФЗ (ред. от 14.07.2022). URL: https://legalacts.ru/doc/FZ-ob-othodah-proizvodstva-i-potreblenija/ (дата обращения: 29.10.2022).

2. Рейтинг стран по уровню экологии // Информационный портал NoNews. URL: https://nonews.co/directory/lists/countries/ecology (дата обращения: 29.10.2022).

3. Зайков Н. Пути отходов // Интернет-портал «Российской газеты». URL: https://rg.ru/2020/03/19/reg-sibfo/pochemu-sibirskie-regiony-okazalis-ne-gotovy-k-musornoj-reforme.html (дата обращения: 28.10.2022).

4. Меньше половины россиян оказались готовы перейти на раздельный сбор мусора. URL: https://www.interfax.ru/russia/645538 (дата обращения: 28.10.2022).

УДК 336

ВЫПУСК ЦИФРОВЫХ ФИНАНСОВЫХ АКТИВОВ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКА: ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ

М. Р. Кушниренко
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия

M. R. Kushnirenko
Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

Аннотация: Статья посвящена проблемам развития цифровых платформ по выпуску цифровых финансовых активов. Особенно актуальность разработки новых цифровых финансовых инструментом подчеркивается положительным экономическим эффектом для участников финансового рынка: эмитента, инвестора и оператора. Возможность участников банковского сектора выступать как в качестве оператора, так и эмитента позволяет разработать новый инструмент, способный обеспечить повышение качества кредитного портфеля банка в условиях возникновения рисков снижения его качества ввиду роста просроченной задолженности бизнеса. В статье подчеркивается экономическая значимость от выпуска цифровых финансовых активов, обеспеченных просроченной задолженностью, для всех участников цифрового финансового рынка.

Ключевые слова: цифровые платформы, цифровые финансовые активы, кредитный портфель, банковский сектор, просроченная задолженность.

I. ВВЕДЕНИЕ

В условиях перехода к цифровой парадигме функционирования банковского сектора одним из инновационных IT-продуктов является развитие рынка цифровых платформ по выпуску цифровых финансовых активов (далее – ЦФА), который формирует новые инвестиционные возможности для участников финансового рынка, с одной стороны, для бизнеса создаются условия для снижения стоимости привлечения заемных средств через выпуск соответствующих инструментов, а для инвесторов предоставляются способы диверсификации сформированных инвестиционных портфелей. В том числе крупные участники финансового сектора экономики (Сбер, Росбанк) [1], выступая операторами цифровых платформ, способствуют развитию рынка цифровых финансовых активов благодаря наличию высокого уровня доверия потребителей их услуг, тем самым формируя способность обеспечить потенциальный спрос на цифровые финансовые активы со стороны инвесторов, актуальна также необходимость диверсификации стандартной банковской деятельности через призму создания финансово-экосистемной модели бизнеса. Особенно стоит акцентировать внимание на их возможности выступать в качестве эмитентов соответствующих инструментов.

Так, в условиях новых экономических реалий вопрос поддержания качества кредитного портфеля банка является одним значимых инструментов повышения устойчивости кредитных организаций. По данным Банка России рост объема просроченной корпоративной задолженности за январь-июль 2022 г. составил порядка 2,1 трлн рублей (2,9%) [2] в связи с нарушением у компаний-заемщиков цепочек поставок, снижением доступных рынков сбыта, усложнением действовавших схем оплаты поставок в условиях санкционного давления. Сложившиеся тенденции экономического развития приводят к возникновению рисков снижения качества кредитного портфеля банковского сектора, тем самым создавая необходимость разработки подходов к обеспечению устойчивости деятельности кредитных организаций в современных условиях. Выпуск на созданных банковским сектором цифровых платформах ЦФА, базисом которых будет являться просроченная задолженность малого, среднего и крупного бизнеса может являться одним из инструментов, позволяющего повысить качество кредитного портфеля банков и перераспределить сформированные свободные денежные ресурсы в связи со снижением объемов резервов на возможные потери в наиболее финансово устойчивые отрасли экономики путем кредитования соответствующих корпораций.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Поэтому в рамках темы исследования предлагается провести оценки экономической целесообразности разработанной меры на примере Сбера:

1) провести анализ эффективности создания цифровых платформ через призму оценки инвестиционного проекта в целом;

2) рассчитать экономический эффект от выпуска цифровых финансовых активом с базисом просроченной задолженности для каждого участника финансовых операций.

III. ТЕОРИЯ

Модель оценки экономической целесообразности создания цифровой платформы основана на следующем:

1) определены потенциальные базисные активы ЦФА со следующими характеристиками выпуска: просроченная дебиторская задолженность – объем (2 190 млн рублей [3]), количество траншей – 100 тыс. шт., стоимость 1 транша – 21,9 тыс. рублей; долговое участие в капитале непубличной компании – объем (450 млн рублей), количество траншей – 100 тыс. шт., стоимость 1 транша – 4 510 рублей; платежные инструменты, обеспеченные активами компании – объем (7 420 млн рублей по данным объемов выпуска облигаций на август 2022 г.), количество траншей (1 млн шт.), стоимость 1 транша (7 420 рублей); торговое финансирование – базисным активом является закупаемое сырье участниками реального сектора экономики: в процессе оценки были рассмотрены цена реализации нефти и газа на рынке, которые были проиндексированы согласно макроэкономическим прогнозам Банка России [4] на период 2023 – 2028 гг.; ценообразование ЦФА на рынке определялось по следующим формулам:

- для нефти – (цена 1 барреля нефти – (цена 1 куба газа + цена 1 барреля нефти)*(доходность облигаций Федерального займа – ключевая ставка Банка России));

- для газа – (цена 1 куба газа – (цена 1 куба газа + цена 1 барреля нефти)*(доходность облигаций Федерального займа – ключевая ставка Банка России)), условием реализации данных ЦФА является формирование портфеля, включающего не менее 0,01% ЦФА, базисным активом которого является любый рассматриваемый ресурс, в целях минимизации рисков волатильности цен на анализируемое сырье;

2) определено потенциальное количество квалифицированных инвесторов со средним темпом прироста в период прогнозирования (2023–2028 гг.) 15%;

3) источниками доходов от функционирования цифровой платформы рассматривались стандартные доходные инструменты фондовой биржи и присущие цифровой платформе, функционирующей на блокчейн-технологии – доходы от продажи и обслуживания smart-контрактов;

4) в качестве инвестиционных статей расходов выступили: затраты на привлечение IT-экспертов по разработке цифровых решений для бизнеса, на разработку архитектуры платформы и мобильного приложения.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Согласно результатам расчетов полученные значения основных инвестиционных показателей: NPV (9 345 тыс. рублей), IRR (26%), DPP (5,55 лет), PI (1,34) – соответствуют нормативам, что позволяет сделать вывод о принятии положительного решения о реализации инвестиционного проекта.

Обращаясь к расчету экономического эффекта от реализации выпуска ЦФА с базисным активом – просроченная задолженность крупного, малого и среднего бизнеса, следует акцентировать внимание на следующих его условиях: 1) для инвестора норма доходности определялась исходя из среднерыночной стоимости кредитования по данным Банка России крупного бизнеса (8,93%), малого и среднего бизнеса (10,13%) [5], а также дополнительной доходности ввиду наличия рисков и неопределенности от приобретения ЦФА в размере 5%; 2) для заемщиков, имеющих просроченную задолженность, предусматривается снижение стоимости обеспечения ЦФА до 5%, таким образом, для крупного бизнеса составит 3,93%, для малого и среднего бизнеса – 5,13%, тем самым создается возможность для формирования свободных денежных средств, которые при прочих равных условиях могут быть направлены на снижение отрицательных экономических последствий в условиях санкционного давления и повышения финансовой устойчивости деятельности бизнеса в целом; 3) предоставление дополнительной доходности для инвестора и покрытия процентных расходов для малого, среднего и крупного бизнеса будет осуществляться за счет денежного потока банка, формируемого функционированием цифровой платформой, в целях минимизации рисков снижения ликвидности кредитной организации и уровня доверия со стороны действующих кредиторов, заемщиков и вкладчиков; 4) аргументацией наличия потенциального

спроса на рассматриваемые финансовые инструменты выступает отток денежных средств инвесторов с фондового рынка (см. рис. 1) ввиду недоступности ряда ценных бумаг и 15%-м перетоком на депозитные вклады, которые характеризуются наименьшим уровнем доходности по сравнению с остальными инструментами фондового рынка.

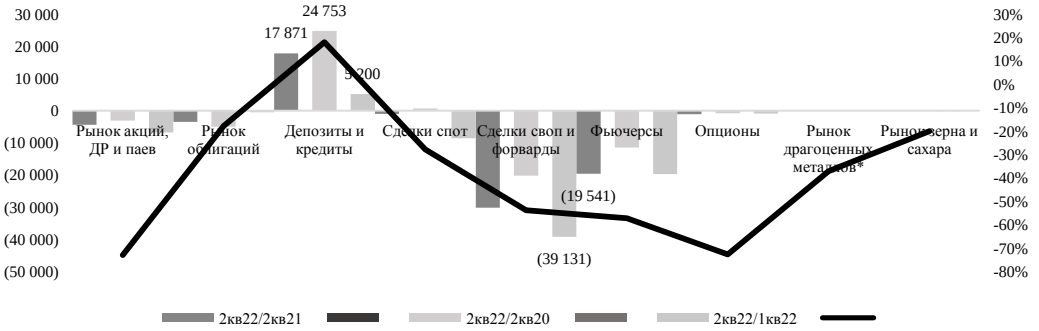


Рис. 1. Динамика изменения объем торгов финансовыми инструментами.
Источник: составлено автором по данным ПАО «Московская биржа»

Потенциальный экономический эффект был рассчитан как разница между потенциальными доходами и расходами с реализацией выпуска цифровых финансовых активов и без соответственно. Согласно расчетам, экономический эффект в денежном выражении составит: для инвесторов в целом – 28 777 млн рублей; для банка – 30 974 млн рублей; для крупного бизнеса – 2 891 млн рублей; для малого и среднего бизнеса – 18 519 млн рублей, что свидетельствует о наличии целесообразности создания цифровых финансовых активов, обеспеченных просроченной задолженностью хозяйствующих субъектов.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Безусловно, реализация инновационного цифрового инструмента формирует как возможности, так и риски его применения. Рассматривая возможности, стоит еще раз акцентировать внимание на следующем:

1. Диверсификация банковского бизнеса путем перехода к финансово-экосистемной модели деятельности;
2. Повышение качества кредитного портфеля в связи с возможностью применения нового инструмента по работе с просроченной задолженностью;
3. Снижение объемов резервирования в связи с передачей просроченной задолженностью позволяет перераспределить денежные ресурсы в наиболее эффективные отрасли экономики путем кредитования устойчивых корпораций в условиях новых экономических реалий.

В то же время в качестве рисков можно выделить следующее:

1. Создание цифровой платформы требует увеличения вложений в иммобилизованные активы;
2. Отсутствие четкой методологии по определению особенностей реализации цифровых финансовых активов на рынке со стороны государственных органов формирует возможный регуляторный риск;
3. Отсутствие достаточного уровня спроса со стороны инвесторов на ЦФА.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в условиях перехода к цифровой парадигме развития операционной деятельности хозяйствующих субъектов формируются новые возможности для минимизации рисков, сформированных в результате политико-экономической нестабильности в виде усиления санкционного давления, снижающих экономическую эффективность введения бизнеса на территории России. На примере цифровой платформы по выпуску ЦФА ПАО «СБЕР» была оценена экономическая целесообразность ее создания для участника банковского сектора и подчеркнута системная значимость в виде формирования дополнительного экономического эффекта от создания новых цифровых финансовых инструментов: для банковского сектора – диверсификация бизнеса путем перехода к финансово-экосистемной модели деятельности и повышение качества кредитного портфеля банка путем снижения доли просроченной задолженности, и как следствие, формирование свободных денежных средств путем снижения объемов резервов на возможные потери по ссудам, которые могут быть направлены на кредитование потенциально устойчивых корпораций в условиях экономической нестабильности; для ре-

ального сектора экономики – снижение негативных последствия от реализации политико-экономических рисков; для инвесторов – получение более высокой доходности от приобретения ЦФА по сравнению со стандартными финансовыми инструментами и повышение заинтересованности в участии развития цифрового финансового рынка в целом.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Автор благодарит за высокий вклад при реализации исследования актуальной темы, рассматриваемой в данной работе, научного руководителя, Мусиенко Светлану Олеговну, к.э.н., доцент Департамента банковского дела и монетарного регулирования, Финансовый факультет, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. В России появился первый оператор выпуска цифровых финансовых активов // Ведомости. URL: https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2022/02/03/907797-zakon-tsifrovih-finansovih (дата обращения: 25.09.2022).
2. Кредитование юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в июле 2022 года // Банк России: офиц. сайт. URL: https://www.cbr.ru/statistics/bank_sector/sors/0722/ (дата обращения: 25.09.2022).
3. Официальная статистика (Финансы организаций) // Федеральная служба государственной статистики: офиц. сайт. URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/finance (дата обращения: 25.09.2022).
4. Макроэкономический опрос Банка России // Банк России: офиц. сайт. URL: https://cbr.ru/statistics/ddkp/mo_br/ (дата обращения: 25.09.2022).
5. Процентные ставки по кредитным и депозитным операциям кредитных организаций в рублях // Банк России: офиц. сайт. URL: https://www.cbr.ru/statistics/bank_sector/int_rat/0622/ (дата обращения: 25.09.2022).

УДК 336.2

ВЛИЯНИЕ САНКЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ НА ИЗМЕНЕНИЯ В НАЛОГОВОМ КОДЕКСЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2022 ГОДУ

И. Е. Лазарева, В. Н. Мина

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, Донецкая Народная Республика

I. E. Lazareva, V. N. Mina

SO HPE « Donetsk national university of economics and trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky», Donetsk, Donetsk People's Republic

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы влияния санкционной политики на налогообложение деятельности предприятий. Актуальность исследования заключается в том, что в 2022 году количество санкций в отношении РФ в сравнении с прошлыми годами значительно увеличилось, что не могло не отразиться на состоянии экономики страны. Исходя из такой ситуации, российскими властями предпринимаются определенные меры для поддержания бизнеса в нынешних условиях. Многие сферы экономики деятельности подверглись изменениям, которые не обошли вниманием и налоговое законодательство. В работе проведено исследование комплекса мероприятий в налоговом законодательстве, который власти РФ разработали для предотвращения негативных последствий и спада экономики, вызванных антироссийской санкционной политикой.

Ключевые слова: экономика, налоги, бизнес, санкции.

I. ВВЕДЕНИЕ

В условиях глобальной экономики трудно представить страну, не вовлеченную в систему мировых отношений. Экономика государства будет успешной только при условии участия её в мировых связях. В нынешних реалиях стабильность государства определяется уровнем развития его экономики, поэтому ограничение

экономических связей делает санкции сильным рычагом влияния. Экономика России в последние время претерпевает влияние финансового кризиса, переживает международное давление, проявляющееся во введении в отношении России санкций зарубежными странами, в связи с чем возникает необходимость государственной поддержки экономики, в частности, в налоговой сфере.

Проблемам налоговой системы, развития альтернативных форм налогообложения, разработки и реализации налоговой политики и изменениям Налогового кодекса посвящены исследования таких ученых-экономистов, как: В. Ли, Э.А. Айдиев, В.Е. Шумилина, А.А. Герасимик, А.В. Зимовец, Ю.В. Сорокина, А.В. Ханина и др. Теоретико-методологическая платформа, заложенная в этих исследованиях, является весомым основанием для дальнейших научных исследований различных направлений совершенствования системы налогообложения, однако необходима систематизация различных факторов, обусловливающих влияние санкционной политики на изменения в Налоговом кодексе Российской Федерации.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Санкции — это ограничительная мера воздействия, которая носит принудительный характер и назначается за нарушения установленных правил мирового сообщества [1, с. 197]. Их цель – принуждение правительства подсанкционного государства изменить курс своей политики. Часто санкции обостряли проблемы, которые необходимо было решить, однако с другой стороны у подсанкционного государства есть возможность создать условия для развития экономики с опорой на собственные внутренние ресурсы, принимая необходимые программы развития. Со временем санкции теряют силу воздействия, так как страны способны к ним приспосабливаться.

Чтобы минимизировать последствия санкций 2022 года и нового кризиса, власти Российской Федерации экстренно разработали меры налоговой поддержки граждан и бизнеса. Закон с такими мерами вступил в силу в марте 2022 года. Бизнесу обещают право на отсрочку платежа по долговому обязательству на плановые проверки, кредитные каникулы, корпоративные послабления и многое другое. Исходя из этого, задача исследования заключается в обосновании особенностей влияния санкционной политики на изменения в Налоговом кодексе Российской Федерации в 2022 году.

III. ТЕОРИЯ

Прежде всего, среди изменений в Налоговом кодексе РФ следует отметить изменения в секторе контрольных мероприятий: до 3 марта 2025 года Федеральной налоговой службой приостановлены выездные и повторные налоговые проверки ИТ-компаний [2, с. 513].

В сфере урегулирования задолженности также произошли изменения. С 9 марта 2022 года до конца 2023 года отменена повышенная налоговая пеня для фирм. Для организаций будет действовать такая же ставка пени за просрочку уплаты налогов, как и для физических лиц — 1/300 ставки Центрального банка, независимо от количества дней просрочки. Раньше с 31 дня просрочки действовали повышенные пени — 1/150 ставки Центрального банка [3]. В этой же сфере Правительством Российской Федерации введен мораторий на банкротство, запрещающий кредиторам обращаться в арбитражный суд с заявлением о банкротстве должника. Мораторий касается ограничений на принудительное банкротство в отношении юридических лиц, граждан и индивидуальных предпринимателей [3]. Однако действовать данное изменение перестало 1 октября 2022 года.

Кроме того, произошла реструктуризация задолженности вместо банкротства. Налоговые органы больше не могут подавать заявления о банкротстве должников. Налоговые органы должны оказывать содействие реструктуризации задолженности. Будут применяться все предусмотренные законодательством процедуры рассрочек, мировых соглашений и разрабатываться решения, направленные на сохранение бизнеса. В данном направлении произошли изменения, связанные с блокировкой счетов. Было приостановлено принятие налоговыми органами решений о заморозке операций по счетам в банке при взыскании денежных средств со счетов должников. Налогоплательщики, понесшие ущерб из-за финансово-экономических санкций, смогут обратиться в налоговый орган по месту их учета, чтобы отложить сроки применения мер взыскания [2]. Данная поправка утратила силу 1 июня 2022 года.

В секторе отраслевой поддержки произошли изменения налога на добавленную стоимость (НДС) для объектов туристической индустрии. С июля 2022 г. по второй квартал 2027 г. налогоплательщики, оказывающие услуги в сфере гостиничного бизнеса могут применять ставку НДС 0%. Входящий налог гостиницы будут возмещать из бюджета, а чтобы подтвердить право на льготную ставку, нужно будет сдавать в налоговую отчет о доходах [4-5].

Для ИТ-компаний на 2022-2024 гг. также официально установлена ставка подоходного налога в размере 0%, они полностью освобождены от уплаты налога на прибыль.

Для поддержки граждан в Налоговом кодексе РФ приняли такие поправки, как изменение налоговой базы по налогу на доходы физических лиц (НДФЛ) и освобождение от него ряда доходов. В первом случае изменен порядок расчета налоговой базы в отношении доходов в виде процентов, полученных с 01 января 2023 года по вкладам в банках. Если раньше использовалась ключевая ставка Центрального банка РФ на 1 число года, то теперь будет учитываться максимальная ключевая ставка Центрального банка РФ из действовавших на 1 число месяца [6]. Суть второй поправки заключается в отмене обложения НДФЛ по материальной выгоде, процентам по вкладам и материальной помощи отдельных категорий граждан.

В секторе контролируемых сделок и поддержки инвесторов в силу вступили изменения, предусматривающие увеличение порога контролируемых сделок. Цены на импорт и экспорт нефти, черных и цветных металлов, драгоценных камней и металлов, удобрений теперь контролируются Федеральной налоговой службой с годовым доходом в 120 млн руб. вместо 60 млн руб. в рамках Налогового кодекса. Операции, в которых как минимум одна из сторон применяет инвестиционный вычет по налогу на прибыль, не являются контролируемыми, если доходы и расходы по этим операциям признаются в 2022-2024 гг. [7]. При этом дата заключения договора не имеет значения. Если компания не платит подоходный налог по контролируемой сделке, условия которой несопоставимы с рыночными условиями, она не будет оштрафована. Но для этого необходимо, чтобы доходы и/или расходы по налогу возникли в период с 1 января 2022 по 31 декабря 2023 г. [7].

IV. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результаты изменений в налогообложении отразились в различных направлениях. Так, одним из них является ускорение возмещения НДС из бюджета. В 2022 и 2023 годах все плательщики НДС смогут возместить налог из бюджета в заявительном порядке, то есть авансом. Им не понадобится для этого банковская гарантия или поручительство. Сумма НДС, заявленная к возмещению, не должна превышать сумму уплаченных налогов и сборов за предыдущий год. Если сумма превышает – необходима банковская гарантия [6]. Также в 2022 году начал действовать специальный временный порядок для учета положительных и отрицательных курсовых разниц. В течение 2022-2024 гг. положительные курсовые разницы возникают по обязательствам и требованиям в иностранной валюте и отражаются в налоговых поступлениях только на дату погашения или исполнения. Нет необходимости считать их в последний день каждого месяца. Для отрицательных курсовых разниц это правило будет действовать только в 2023 и 2024 гг. В 2022 году они возникают и учитываются по-старому: в последний день месяца или в день погашения или исполнения, в зависимости от того, что произошло ранее [6].

Также следует отметить переход на ежемесячные авансы по налогу на прибыль с любого месяца. Налогоплательщики, уплачивающие в налоговом периоде 2022 года ежемесячные авансовые платежи в течение отчетного периода, вправе перейти до окончания налогового периода 2022 года на уплату ежемесячных авансовых платежей исходя из фактической прибыли. Сумма авансовых платежей, подлежащих к оплате в бюджет, определяется с учетом ранее начисленных сумм авансовых платежей [7].

Поправки в Налоговом кодексе РФ предусматривают расширение поддержки малого бизнеса. Для регионов до 1 января 2025 года продлили возможность устанавливать ставку 0% для впервые зарегистрированных индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную или патентную систему налогообложения [6]. Однако необходимым условием налоговых каникул для индивидуального предпринимателя является деятельность в производственной, социальной, научной сфере, а также деятельность, связанная с предоставлением бытовых и гостиничных услуг населению.

Кроме того, следует отметить меры по налогообложению дорогостоящих автомобилей: по транспортному налогу предусматривается отмена повышающих коэффициентов 1,1 и 2 для легковых автомобилей средней стоимостью от 3 до 10 млн руб. [3].

В отношении налога на имущество и по земельному налогу также внесены изменения, которые заключаются в заморозке кадастровой стоимости для расчета налогов. Таким образом, если с 2023 года кадастровая стоимость недвижимости или земельного участка увеличится в связи с текущей экономической ситуацией, то для расчета налога на имущество организаций и земельного налога будет взята кадастровая стоимость объекта на 1 января 2022 года [3].

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение можем сделать вывод, что мировые отношения оказывают огромное влияние на экономику государства, в том числе и на сферу налогообложения. В результате влияния санкций, введенных против Российской Федерации, произошли значительные на изменения в налоговом законодательстве и были утверждены

поправки по таким направлениям, как урегулирование задолженности, отраслевая поддержка, поддержка граждан и бизнеса с иностранным участием, а также произошли изменения в контролируемых сделках и контрольных мероприятиях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Зимовец А. В., Сорокин Ю. В., Ханина А. В. Комплекс предложений по защите экономики России от санкций стран запада на макро-, мезо- и микроуровне // Экономические отношения. 2022. Т. 12, № 2. С. 195–214.

2. Ли В. Логика, характеристики и влияние финансовых санкций США на национальную экономику России // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Т. 12, № 3-1. С. 510–515.

3. Федеральная налоговая служба РФ: офиц. сайт. URL: https://www.naloggov.ru/rn77/anticrisis2022/ (дата обращения: 18.10.2022).

4. Айдиев Э. А. Санкции и их влияние на экономику России // Экономика и предпринимательство. 2022. № 3 (140). С. 40–44.

5. Шумилина В. Е., Герасимик А. А. Влияние санкций на экономику России // Наука и мир. 2022. № 2. С. 21–25.

6. Налоговые меры поддержки бизнеса из-за санкций. 2022. URL: https://www.klerk.ru/buh/articles/527702/ (дата обращения: 21.10.2022).

7. О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и статью 2 Федерального закона «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации»: Федер. закон от 26 марта 2022 г. № 67-ФЗ. URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202203260011?index=2&rangeSize=1 (дата обращения: 20.10.2022).

УДК 338.242

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОЗРАЧНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ В РОССИЙСКИХ ПРОЕКТАХ

Е. В. Леун[1], С. Е. Пчелкин[2], Т. Н. Гупалова[2]

[1]*АО «НПО Лавочкина», г. Химки, Московская область, Россия*

[2]*Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К. А. Тимирязева, Москва, Россия*

E. V. Leun[1], S. E. Pchelkin[2], T. N. Gupalova[2],

[1]*Lavochkin Association, Khimki, Russia*

[2]*Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy, Moscow, Russia*

Аннотация. В работе обсуждаются основы методов и средств обеспечения информационной прозрачности управленческой отчетности, которые развивались в российских компаниях вплоть до 2020-2022 годов. Показано, что последние общественно-значимые события, обусловленные частично пандемией коронавируса COVID-19 (SARS-CoV-2) и особенно введенными с февраля 2022 года санкциями, приводят к вынужденной трансформации вышеописанных методов и средств из-за технической и технологической зависимости от технологически развитых западных стран, а также кадрового истощения.

Ключевые слова: информационная безопасность, информационная прозрачность, управленческая отчетность, санкции, импортозамещение, пандемия коронавируса, частичная мобилизация.

I. ВВЕДЕНИЕ

Согласно Международному стандарту финансовой отчетности (МСФО/IFRS) компания обязана раскрывать информацию о своем финансовом состоянии таким образом, чтобы ее пользователи могли оценить характер и финансовые последствия ведения разных видов хозяйственной деятельности и экономические условия,

в которых она работает. По опросам фирмы Standard & Poor's, занимающейся аналитическими исследованиями финансовых рынков, интерес большинства инвесторов, акционеров, менеджмента, кредиторов, поставщиков, бизнес-ассоциаций и других участников финансовых рынков прямо пропорционален уровню информационной прозрачности компаний с надежной практикой корпоративного управления и соответствующей управленческой отчетностью.

За последние несколько лет появился ряд научных российских исследований [1-4]., направленных на рассмотрение вопроса информационной прозрачности управленческой отчетности как важной частью информационной безопасности отечественных хозяйствующих субъектов [5]. Частично эти работы основаны с учетом опыта успешной доработки и адаптации зарубежных методик в современную отечественную систему финансового и управленческого учета и представления финансовой отчетности отечественных хозяйствующих субъектов.

Однако, длившийся ранее устойчивый и прогнозируемый процесс совершенствования методов и средств повышения информационной прозрачности управленческой отчетности до февраля 2022 года может претерпеть вынужденную трансформацию от произошедших общественно-значимых событий в России и последствий санкций, наложенных на экономику России ведущими западными технологически развитыми странами. Рассматриваемые вопросы ранее не рассматривались в открытой печати и данная публикация направлена на восполнение этого пробела.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Задачей исследования является обсуждение основ методов и средств обеспечения информационной прозрачности управленческой отчетности, которые развивались в российских компаниях длительное время вплоть до февраля 2022 года и рассмотрение их вынужденной трансформации, обусловленной частично пандемией коронавируса COVID-19 (SARS-CoV-2) и особенно введенными с февраля 2022 года санкциями.

III. ТЕОРИЯ

В разделе рассмотрены основные методы и средства обеспечения информационной прозрачности управленческой отчетности, развивавшиеся в российских компаниях вплоть до 2020-2022 годов. Также рассмотрены вопросы их трансформация с учетом современных реалий в России.

3. Информационная прозрачность управленческой отчетности на российских предприятиях до 2022 года.

Информационная прозрачность управленческой отчетности, являясь важной составляющей информационной безопасности и работы компаний в условиях рыночной экономики, существенно влияет на инвестиционную привлекательность и на интересы инвесторов, акционеров, менеджмента, кредиторов, поставщиков, общественных организаций.

Из-за понимания важности информационной прозрачности управленческой отчетности **почти** все респонденты исследования Standard&Poor's подтверждают, что готовы платить премию за акции информационно прозрачных компаний с надежной практикой: корпоративного управления и соответствующей управленческой отчетностью. И до последнего времени шла постепенная и целенаправленная работа по адаптации и привязке к российским экономическим реалиям накопленного большого зарубежного опыта представления финансовой и управленческой отчетности отечественных хозяйствующих субъектов. Особенности этого процесса можно отразить на примере двух следующих работ.

Так в [4] была сделана попытка создания универсальной модели, независимой от вида деятельности предприятия, рассматриваемой как совокупность осуществляемых бизнес-процессов. В соответствии с этим создаются отчетные формы, нацеленные на определение эффективность каждого такого бизнес-процесса. При этом предлагаемый комплект: форм, показателей деятельности и контрольных процедур может меняться в зависимости от конкретного исследуемого объекта. Например, для кадрового агентства большее значение приобретает процесс управления персоналом, для IT компании - процесс разработки, внедрения и эксплуатации информационных систем, для строительной компании - инвестиционный процесс, для предприятия, оказывающего будет особый процесс из реализации. Отличаться формы могут и в зависимости от разницы в бизнес- процессах. Однако, в том и в другом случае, будут присутствовать процессы закупки - производства - реализации - инвестирования - управления персоналом - составления отчетности.

При рассмотрении компаний отдельно взятой газовой отрасли была разработана модель формирования сегментарного финансового результата основанная на взаимосвязи центров ответственности и различных сегментах [1]. Согласно ней управленческий отчетность по центрам ответственности организуется на четырех

уровнях. На первом уровне собирается и обрабатывается информация о первичных учетных регистрах по видам затрат и доходов. Далее полученная информация аккумулируется в операционных центрах затрат и доходов с целью ее передачи руководителю географического сегмента для формирования прибыли. Результаты финансовой и управленческой отчетностей всех географических сегментов передаются в центр инвестиций сегмента деятельности, где определяется совокупная прибыль сегмента и анализируется эффективность его управления и функционирования при помощи системы сбалансированных аналитических показателей.

4. Проявление критически тенденций, влияющих на управленческую отчетность.

За последние 2 года в России произошли существенные общественно-политические события, связанные частично с последствиями пандемии коронавируса COVID-19 (SARS-CoV-2), ситуацией вокруг Крыма и особенно Украины, которые привели в итоге к санкциям ведущих западных стран и к появлению в экономике России новых экономических трендов и тенденций. Это не могло не повлиять и на коррекцию требований, предъявляемой к информационной прозрачности управленческой отчетности с учетом современных реалий в России. Можно отметить проявление критически тенденций, влияющих на характер управления и особенности соответствующей управленческой отчетности, наиболее значимыми из которых можно считать две следующие:

1) техническая и технологическая зависимость от технологически развитых западных стран;

2) кадровое истощение.

Стремление к уменьшению зависимости от технологически развитых западных стран напрямую связано с развитию тенденции на 100% импортозамещение. Но она пока еще не привела к устойчивой тенденции во многих отраслях экономики России. Особенно это заметно в таких отраслях как ракетно-космическая промышленность (РКП) и агропромышленном комплексе (АПК).

Так в 2014 г. перед ГК «Роскосмос» была поставлена задача доведения до 100% уровня использования в бортовой аппаратуре космических аппаратов (КА) преимущественно электронной компонентной базы (ЭКБ) отечественного производства (ОП) [6]. И анализ текущего состояния [7], проведенный в РКП в 2016 году на примере зависимости российского ракетно-космического приборостроения от комплектующих импортного производства (ИП) большая часть показал, что 50% … 80% приходится на новые объекты и системы (ретрансляторы, аппаратура КИС, преобразователи на борту), небольшая доля 10% … 20% приходится на разгонные блоки и ускорители (Фрегат, Бриз-М, Бриз-КМ, КВРБ, Везувий). Только в ракетоносителях на 100% используется отечественная ЭКБ. Был проведен анализ перечня ЭКБ, разрешённой к применению в 68 российских КА со сроком запуска в 2014–2018 гг., который содержал 4045 типов ЭКБ ИП, составляя ≈ 50% [7].

Анализ текущей ситуации в АПК показывает, что по данным на 2018 г. несмотря на достигнутые успехи, к сожалению, все еще сохранялось отставание от лучших мировых показателей по продуктивности в растениеводстве и животноводстве [8]. Кроме того, сохранялся дефицит сельскохозяйственной техники до 35-40 %, создавая очень высокую зависимость от зарубежных техники и технологий. Например, доля импортной техники в общем количестве сельскохозяйственной техники в 2017 г. составила по тракторам 69 %, зерноуборочным комбайнам – 23 % и кормоуборочным комбайнам – 22 %, по машинам и оборудованию для животноводства – около 90 %.

Критическая зависимость сохраняется и в обеспечении предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности технологическим оборудованием российского производства: по оценкам специалистов из 6,5 тыс. видов оборудования в России производится не более 2 тыс., т.е. около 30%, при этом только 20% соответствует мировому уровню. Уровень импорта технологического оборудования в отдельных отраслях достигает 90 %, глубина переработки сельхозсырья не превышает 60 %, потери готовой продукции, обусловленные неразвитостью инфраструктуры, современных систем хранения и логистики составляют 20–25 %. Высокая импортная зависимость остается по таким видам ресурсов, как семена, кормовые добавки, средства защиты растений, ветеринарные препараты и др.

Кадровое истощение также обусловлено двумя новыми тенденциями. Во-первых, потерей специалистов из-за пандемии коронавируса COVID-19 (SARS-CoV-2), начавшейся в 2020 году. Так с момента начала этой пандемии до июля 2022 года избыточная смертность от коронавируса составила около 820 тыс. человек [9]. Приняв, что из всего числа, как минимум, 30% составляют неработающие пенсионеры, то тогда общее кадровое истощение экономики России составит около 574 тыс. работников.

Во-вторых, появлением с начала 2022 года оттока специалистов из различных секторах экономики, состоящих из двух потоков. Первый поток составил ≈300 тыс. человек призваны в рамках частичной военной мобилизации. Второй поток составил около ≈419 тыс. человек [10] и обусловлен миграционным оттоком в страны СНГ и выехавших в страны дальнего зарубежья (Израиль, Китай, Индия, Турция, Таиланд, Финляндия и др.).

Часть из них спустя некоторое время вернулась в Россию, но об общем числе вернувшихся на прежнюю работу в России не сообщается. Можно предположить, что ≈50% общего числа, выехавших из России, т.е. ≈210 тыс. человек работают дистанционно или восстановилась на «очной» работе. Тогда реальный отток из экономики России в 2022 году составил ≈510 тыс. человек, а с учетом пандемии за период 2020-2022 года кадровое истощение составило ≈1,1 млн. человек активного трудоспособного населения. При общей численности населения трудоспособного возраста на начало 2022 года 83,2 млн. человек кадровое истощение за последние 2 года составило ≈1,3 %.

Наиболее явно появление этих двух тенденций при реализации работы виртуальной научно-технической фирмы в проектах можно проследить на следующих примерах.

Исходные данные. Фирма ООО «Полет» в течение ряда последних лет работает над поставкой специального оборудования для авиационной промышленности в рамках ГОЗ. Эта фирма состоит из 30 сотрудников, включая 10 высококвалифицированных станочников, ранее отслуживших в армии в рамках срочной службы, работающих на современных автоматизированных станках ЧПУ, их которых 5 станков являлись китайскими, а 5 - немецкими.

Возможная рисковая ситуация №1 (риск №1). В рамках частичной мобилизации из числа станочников фирмы было призвано 4 человек, с сохранением рабочих мест по возвращении, создав «кадровую дыру» и проблему для выполнения жестких по срокам выполнения условий государственного оборонного заказа (ГОЗ).

Для восполнения кадрового голода для выполнения ГОЗ нужно срочно найти замены призванным высококвалифицированных станочникам при условии возможного возвращения призванных ранее станочников через определенное время или организовать 2-х или 3-х сменную работу оставшихся станочников вместе с их переподготовкой при соблюдении всех требований техники безопасности (с возможным получением сертификата прохождения курса специального обучения, в т.ч. за рубежом, например, в Германии) и КЗОТ.

Возможная рисковая ситуация №2 (риск №2). Для восполнения кадрового голода руководство фирма решило в лизинг приобрести новый более современный и производительный универсальный станок, работа на котором может частично заменить отсутствие призванных высококвалифицированных станочников. Но установка нового станка требует более плотную схему размещения всех станков в цеху, в соответствии с которой использовавшиеся ранее 10 станков надо сместить на некоторое расстояние с корректировкой схемы подведения силовых электрических кабелей. Пять используемых станков являются немецкими, приобретенными в 2013 году, и в них находится специальная микросхема GPS (англ. Global Positioning System - система глобального позиционирования), определяющая с высокой точностью пространственное положение станка. Запуск и настройка станков вместе с фиксацией их пространственного положения и записью данных в микросхему GPS осуществлялась в 2013 году. Согласно условиям поставки и использования станков при любом несанкционированном смещении станков по сигналу от этой микросхемы GPS их работа будет заблокирована с сообщением об этом на завод-изготовитель в Германию. Вышеупомянутые микросхемы GPS выпускаются в массовом порядке для осуществления навигации, используясь в сотовых телефонах, специальном оборудовании и даже бытовых вещах, например, в ошейниках для собак и кошек для их поиска при убегании.

Обращение на завод-изготовитель в Германию грозит приездом инспекции с предоставлением полной информации о причинах и смещения станков, режимах его работы, выпускаемой продукции и станочниках.

Возможная рисковая ситуация №3 (риск №3). Для производства специального авиационного оборудования вышеупомянутая фирма ООО «Полет» использует сертифицированные комплектующие, поставляемые со склада из Италии в срок не более 1-2 недель, с условиями эксплуатации, соответствующими холодным климатическим условиям России. Однако, ЕЭС, в которую входит Италия, в 2022 году приняла секторальные санкции, препятствующие закупке этого оборудования для авиационной промышленности России. В Индии, не присоединившейся к санкциям против России, выпускаются данные комплектующие, но их стандартное исполнение имеет климатическое исполнение соответствующее странам с жарким климатом. Для поставки таких комплектующих в Россию нужна доработка с проведением дополнительных испытаний, требующая дополнительно 1 месяц и проведение их сертификации в России в специальных надзорных органах, длящейся 1 месяц.

5. Анализ путей преодолении и/или минимизации последствий критических тенденций, влияющих на управленческую отчетность.

Радикальным способом минимизации последствий технической и технологической зависимости от технологически развитых западных стран является курс на максимальное импортозамещение. Однако, этот процесс длительный, составляя не менее 5-7 лет, и временное частичное замещение этой зависимости может быть осуществлено при технологическом сотрудничестве с дружественными и/или нейтральными странами (Китай,

Индия, Бразилия) или входящими в аналогичные блоки и содружества. При этом информация о наличии или отсутствии критически важных технологий должна стать обязательной и доступной частью управленческой отчетности, обеспечивая информационную прозрачность, а план достижения частичного или полного импортозамещения может быть реализован в виде долгосрочного проекта с государственной поддержкой и частичным или полным субсидированием.

Минимизация последствий кадрового истощения возможна активном внедрении средств автоматизации и т.н. безлюдных технологий и производств (автоматизированные и/или безлюдные производственные и сборочные цеха, транспорт на «автопилоте», роботизация, искусственный интеллект и другие достижения научно-технического прогресса), позволяющих повысить производительность труда и уменьшить. Как и в предыдущем случае, информация об уровне автоматизации и наличии безлюдных технологий и производств должна стать обязательной и доступной частью управленческой отчетности, обеспечивая информационную прозрачность, а план повышения уровня автоматизации может быть реализован в виде долгосрочного проекта с государственной поддержкой с частичным или полным субсидированием.

IV. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Существенное изменение общественно-политической ситуации в России, обусловленное последствиями пандемии коронавируса COVID-19 (SARS-CoV-2) в 2020 году и ситуацией вокруг Крыма и Украины (2022 г.) имеет два новых тренда, связанных технической и технологической зависимостью от технологически развитых западных стран и кадрового истощения.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Минимизация последствий трендов, связанных технической и технологической зависимостью от технологически развитых западных стран и кадрового истощения, возможна при курсе на максимальное импортозамещение и активное внедрении средств автоматизации и т.н. безлюдных технологий и производств (автоматизированные и/или безлюдные производственные и сборочные цеха, транспорт на «автопилоте», роботизация, искусственный интеллект и другие достижения научно-технического прогресса), Информация о наличии или отсутствии критически важных технологий, степени импортозамещения, уровня внедрении средств автоматизации и т.н. безлюдных технологий и производств должна стать обязательной частью управленческой отчетности, доступной для потенциальных инвесторов, акционеров, менеджмента, кредиторов, поставщиков, общественных организаций, обеспечивая информационную прозрачность, а план достижения максимальных значений этих параметров может быть реализован в виде долгосрочного проекта с государственной поддержкой с частичным или полным субсидированием.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Работа выполнена в инициативном порядке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Добролюбов В. А. Подходы к формированию информации о сегментах в финансовой отчетности // Наука и общество 2012. № 5 (8). С. 168–173.

2. Фролов Ю. Е. Информационная прозрачность, принципы и критерии качества раскрытия информации // Экономика и управление: сб. науч. тр. / под ред. А. Е. Карлика. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. № 1.

3. Фролов Ю. Е. Специфика российской модели корпоративного управления // Известия Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов. 2009. № 2. С. 180–182.

4. Дубова Д. И. Порядок составления управленческой отчетности и контроль за ее достоверностью // Управленческие аспекты учета и анализа в условиях стабилизации экономики: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. Тольятти: ООО «Принт-С», 2007.

5. Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации: указ Президента от 5 дек. 2016 г. № 646 // КонсультантПлюс: сайт. URL: http://www.consultant.ru (дата обращения: 22.05.2022).

6. О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации: указ Президента РФ от 6 авг. 2014 г. № 560. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_166922/?ysclid=lb690htmsm877108240 (дата обращения: 22.05.2022).

7. Федорова Л. А., Бочко А. Э., Ганина Г. А., Ларин А. Л. Импортозамещение ЭКБ в ракетно-космической отрасли: первые итоги и перспективы // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2016. № 6. С. 149–151.

8. Иванова В. Н., Серегин С. Н. Новые ориентиры развития АПК России на период до 2030 года // Пищевая промышленность. 2018. № 8. С. 44–48.

9. Смертность от коронавируса в России на сегодня. URL: https://gogov.ru/covid-fatality/russia (дата обращения: 22.05.2022).

10. Из России с начала года выехали 419 тыс. человек. URL: https://www.kommersant.ru/doc/5547632 (дата обращения: 22.05.2022).

УДК 005.22

СОЦИАЛЬНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕНЕДЖМЕНТА

Д. В. Макеров, О. Ю. Шевченко

Омский государственный технический университет, Омск, Россия

D. V. Makerov, O. Y. Shevchenko

Omsk state technical university, Omsk, Russia

Аннотация: В статье определена сущность эффективности менеджмента в целом и рассмотрены взгляды разных авторов на содержание его социальной эффективности. Изучены отличающиеся подходы к оценке проявлений социальной эффективности менеджмента, оказывающих значительное влияние на социально-психологический климат в коллективе и результаты деятельности организации.

Ключевые слова: менеджмент, социальная эффективность менеджмента.

I. ВВЕДЕНИЕ

Менеджмент представляет собой работу по организации, координации и контролю бизнес-процессов, выполнению каких-либо работ или проектов. Обычно эффективность менеджмента рассматривается с экономической точки зрения и характеризуется получением максимальной выгоды при небольших издержках. При этом все большую значимость в повышении доходности бизнеса приобретает социальная эффективность управления, т. е. эффективность использовании главного ресурса любой организации – персонала. Социальная эффективность менеджмента проявляется в умении руководства с наибольшей отдачей использовать профессионализм и иные способности работников.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель работы – рассмотреть взгляды специалистов на сущность и характеристики социальной эффективности менеджмента.

III. ТЕОРИЯ

Тарасова Л. [3] считает, что социальная эффективность менеджмента – это степень применения потенциальных знаний и творческих умений каждого сотрудника и трудового коллектива, позволяющая оценить, насколько успешно разрешились социально-коллективные вопросы и задачи.

Семенов А. К. и Набоков В. И [2] определяют социальную эффективность менеджмента как степень использования возможностей и способностей каждого сотрудника, выражающую социальный результат управленческой деятельности.

По мнению Быстровой В. [3], понятие социальной эффективности менеджмента означает плавное развитие каждого работника как личности, рост его профессиональных навыков, формирование благополучного психологического положения, побуждение к общественной активности и здоровому образу жизни.

Результаты социальной эффективности менеджмента формируются благодаря статистической и финансовой отчетности, опросу сотрудников, методу наблюдений и оценок опытных экспертов. Также при оценке социальной эффективности менеджмента нужно обязательно рассмотреть все компоненты социальной программы, которая на данный момент активна в организации [5].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

На сегодняшний день выделяют множество факторов оценки социальной эффективности менеджмента.

1. Главными показателями социальной эффективности менеджмента, которые определяют мотивацию и организацию труда, являются: дисциплина труда, участие сотрудников в выработке и принятии управленческих решений, уровень оснащенности и организации рабочего места. Также, немаловажную роль играет моральное и материальное побуждение работников организации [4].

2. Для оценки социальной эффективности менеджмента используются результаты анализа условий труда и быта, квалификации сотрудников, организации и мотивации их деятельности. В качестве издержек при этом могут быть расходы на покупку технических средств управления, проведение аттестаций, подготовку кадров и повышение квалификации работников. В качестве показателей оценки социальной эффективности, определяющих условия труда работников применяются: уровень конфликтности и частота споров в коллективе, морально-психологический климат, степень удовлетворенности сотрудников трудом, уровень травматизма сотрудников и уровень автоматизации труда. К показателям, определяющим социально-бытовые условия труда работников, относятся: средняя заработная плата, а также наличие лечебных учреждений, детских дошкольных учреждений, путевок в санаторно-оздоровительные учреждения [5].

3. Культурно-бытовые и социальные условия труда непосредственно влияют на отношение сотрудников к выполняемой ими работе. К определяющим факторам здесь можно отнести: безопасность труда, уровень болезней на рабочем месте, соответствие рабочего места требованиям охраны труда, режим работы, наличие столовых и перерывов для восстановления сил, наличие необходимого оборудования и качественная работа компьютерной техники [3].

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Отмечается, что рост таких показателей, как обеспеченность работников жильем, уровень квалификации и механизации труда, отсутствие деструктивных конфликтов и высокая мотивация к труду говорят о повышении социальной эффективности менеджмента. А вот рост таких показателей, как уровень конфликтности в коллективе, заболеваемость работников и текучесть персонала говорит о снижении эффективности. При этом производится сравнение базовых показателей с фактическими, что позволяет судить о реальных социальных изменениях в коллективе данного предприятия [1, 4].

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Таким образом, можно сделать вывод о том, что социальная эффективность менеджмента имеет очень важное значение применительно к любой организации. Она формирует социально-психологический климат в самом коллективе и показывает всю полноту эффективности работы любого предприятия. Если в организации не будет уделяться соответствующего внимания к данной области управления, организация может потерять свои позиции на рынке и вовсе прекратить свое существование.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шихалиева Д. С., Шумилова Е. Ю. Влияние социально-психологических аспектов менеджмента на эффективность деятельности организации // Университетская наука. 2019. № 1 (7). С. 129–132.

2. Семенов А. К., Набоков В. И. Основы менеджмента: учеб. пособие. М.: Дашков и К. 2008. 556 с.

3. Социальная эффективность менеджмента. URL: https://spravochnick.ru/ (дата обращения: 25.10.2022).

4. Экономическая и социальная эффективность менеджмента. URL: https://light-electric.com/ (дата обращения: 25.10.2022.

5. Экономическая и социальная эффективность менеджмента. URL: https://studopedia.info/ (дата обращения: 25.10.2022).

УДК 004

АСПЕКТЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: АЛГОРИТМ СТРАТЕГИИ ЦИФРОВИЗАЦИИ КОМПАНИИ

И. В. Мальцев[1], **Д. Р. Насибуллин**[2], **Л. В. Ещеркина**[3]
[1]*ГБПОУ Челябинский энергетический колледж им. С. М. Кирова, г. Челябинск, Россия*
[2]*ГБПОУ Челябинский механико-технологический техникум, г. Челябинск, Россия*
[3]*Южно-Уральский технологический университет, г. Челябинск, Россия*

I. V. Maltsev[1], **D. R. Nasibullin**[2], **L. V. Eshcherkina**[3]
[1]*SBPEI Chelyabinsk Energy College named after S. M. Kirov, Chelyabinsk, Russia*
[2]*SBPEI Chelyabinsk Mechanical and Technological Technical School, Chelyabinsk*
[3]*South Ural University of Technology, Chelyabinsk, Russia*

Аннотация. В работе рассмотрены аспекты цифровых трансформаций в целях разработки инновационных бизнес-процессов, для повышения эффективности деятельности компании в условиях рыночной конъюнктуры. Авторами предложен алгоритм стратегии цифровизации компании. В результате исследования были выявлены функции, с которыми цифровые технологии используются в деловом мире, а также был разработан алгоритм стратегии цифровизации компании, была представлена последовательность цифровых процессов предприятия, состоящая из нескольких этапов. Сделан вывод о том, что создание и внедрение инноваций, стимулирование бизнеса к внедрению цифровых технологий, формирование цифрового рынка обеспечит вовлечение предприятий в развитие цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровая трансформация, цифровизация компании, цифровые процессы, цифровые технологии, алгоритм.

I. ВВЕДЕНИЕ

В наши дни информационные технологии (ИТ) стали жизненно важной и неотъемлемой частью каждого предприятия. Для всех предприятий, больших и малых, начиная от многонациональных корпораций, которые обслуживают системы мейнфреймов и базы данных, до малых предприятий, владеющих одним компьютером, ИТ играют большую роль. В первую очередь, это электронный документооборот, который является ключевым звеном всей работы компании; локальные сети, которые связывают воедино все отделы предприятия; современные информационные системы, типа 1С – основа функционирования современного предприятия; защита информации- установка программных и аппаратных файрволов либо средства шифрования данных и многое другое.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Задачами исследования служат рассмотрение функций цифровых технологий и разработка алгоритма стратегии цифровизации компании. Большую распространенность повсеместного использования цифровых технологий в бизнесе можно объяснить, рассмотрев функции, с которыми они используются в деловом мире:

1. Коммуникация между сотрудниками, поставщиками и клиентами.
2. Системы управления запасами.
3. Система управления, подключенная к системе кассовых терминалов (POS).
4. Системы управления данными.
5. Информационные системы управления.
6. Управление взаимоотношениями с клиентами [1, 12].

Иинформационные технологии играют важную роль на современном предприятии. Без ИТ невозможна работа любой компании. В наши дни в эпоху Интернета, облачных технологий и искусственного интеллекта, когда широко применяется блокчейн, чтобы автоматизировать процессы, происходит перестройка и появляются революционные инновации. Актуальными стали беспилотные технологии, изобретения в различных сферах, поэтому нужно правильно оценивать и адаптироваться ко всем новым технологиям, что требует тщательного изучения концептуальной системы управления в условиях цифрового общества [2, 23].

III. ТЕОРИЯ

Под цифровой трансформацией понимают применение цифровых технологий в целях разработки инновационных бизнес-процессов, трансформации имеющихся, для оптимизации работы с потребителями на основании актуальных условий рыночной конъюнктуры.

По мнению Н.А. Журавлевой, перестройка экономической системы, вызванная цифровыми процессами, может привести к дестабилизации. Поэтому необходимо анализировать различные модели бизнес-реформирования и реструктуризации предприятий в процессе перевода на новый технологический актив. Для регулирования процессов дестабилизации используются карты дестабилизации бизнес-модели и стратегии реагирования в случае возникновения потенциальной дестабилизации. Необходима поддержка организаций, занимающихся интеграцией продукции цифровых технологий в рамках современной дестабилизации экономики [3. 34].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Большую роль играют цифровые рынки, а также сами процессы цифровизации для организаций, в силу того, что они оказывают сильное воздействие на промышленные предприятия, законы функционирования рынков и бизнеса. Так, цифровые стартапы в качестве промежуточного звена начинают конкурировать с устоявшимися предприятиями. Они занимают их рыночную нишу, когда начинают реализовывать ту же продукцию, что и стабильные поставщики либо устоявшиеся фирмы.

По мере того, как запросы потребителей растут и расширяются, число поставщиков также увеличивается, повышается и покупательский спрос. В этом случае предприятия B2B и B2C должны усилить свою конкурентоспособность, чтобы покрыть спрос потребителя. Поэтому данный аспект вызывает все большее внимание исследователей. Цифровые технологии становятся ключевыми инструментами в ходе работы организаций. Главной задачей является оптимизация деятельности и сотрудничества компаний и улучшение качества работы. Также большое значение имеют местные цифровые инструменты для бизнеса, а также общественные платформы, предлагающие ряд услуг клиентам [4. 54].

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Рассмотрим алгоритм стратегии цифровизации компании. Последовательность цифровых процессов предприятия состоит из следующих этапов:

1. Формирование стратегической карты.
2. Формирование бизнес-карты.
3. Формирование карты спроса.
4. Формирование карты приложений или цифрового интеллекта.
5. Формирование карты алгоритмов.
6. Формирование карты данных.

1. Стратегическая карта. Стратегия деятельности представляет собой определенную последовательность действий. А также сюда относится цель. В ходе интеллектуальной деятельности компании создаются соответствующие стратегические запросы данного предприятия. Они должны быть нацелены на будущее. Главное в этом процессе цифровых преобразований – выбор соответствующего пути развития и разработка так называемой стратегической карты.

Следует учесть некоторые моменты при разработке стратегической карты:

1) цифровая структура осталась прежней, и при этом бизнес-модель не поменялась;

2) цифровая структура изменила бизнес-модель [5. 15].

Но в ходе цифровизации, интеллектуальных сетей, приложений имеется ряд бизнес-моделей, не подверженных трансформациям. В карту бизнес-стратегии входят цели, задачи, виды KPI, методы роста KPI и значения роста KPI. К общепринятой практике относится является разложение основных целей на задачи различного уровня, постановка и разграничение главных целей и второстепенных задач.

Как только фирма закончила создавать главные цели и задачи этапа, ей стоит задуматься о том, как достичь этих целей, чтобы придерживаться правильного направления реализации стратегии. Настало время согласования главных целей с планом достижения результата. Следует принимать во внимание некоторые аспекты в данном процессе, в частности, трудовые ресурсы и размеры капитала, навыки, число и сочетание особенностей работников. Нужно сохранить безопасность материальных средств. Инновационные цифровые технологии будут способствовать созданию и осуществлению стратегических карт для оптимального применения бизнес-модели.

2. Бизнес-карта. Когда фирма выявила цифровую стратегию и сформировала согласованную стратегическую карту, необходимо классифицировать бизнес-карту на основании цифровой стратегии и соответствующей операционной модели. Под бизнес-картой понимается последовательность работы по бизнес-процессам и соответствующим методам. Разделив бизнес-карту, компания увидит, какие деловые отношения можно улучшить. Когда компания работает в разных сферах, особенно основной деятельности, она должна детализировать определенные меры на раннем этапе, понимать данную структуру бизнеса, сделать анализ спорных вопросов и ситуаций [6, 44].

Во-первых, вы можете позаботиться о главных действиях и ключевых связях, о том, где необходимо улучшить структуру, где необходимо адаптировать отдел и где внедрить интеллектуальный анализ. В частности, если бизнес разбивает карту бизнеса, то основная деятельность будет включать много видов продуктов, включая и подкатегории. Также кроме категорий продуктов, главными деловыми отношениями предприятия служат персонализированные виды деятельности, например, постпродажная поддержка. Главная деятельность фирмы должна быть учтена в ходе создания карты компании. Понимая бизнес-карту, можно добиться наибольших результатов на основании современных цифровых технологий.

3. Карта спроса. Оптимальный выход для цифровой технологии — определить запросы рынка и трансформировать их с помощью цифровизации. Цифровой команде необходимо дополнить свою деятельность процессами цифровизации, осуществить бизнес-инновации. Также на данном этапе компании могут применять методы мотивации. Так они смогут стимулировать цифровые команды удовлетворять запросы предприятия. Стоит принять во внимание тот факт, что при разработке карты потребностей будут задействованы цифровые команды вместе с людьми, например, в лице руководителя компании. Они будут отвечать за результаты. Необходимо провести обзор развития и убедиться, что финансовые средства предприятия будут распределены в карте спроса на первое полугодие хода цифровых преобразований. Важно также уточнить и конкретизировать запросы, расходовать средства экономно и грамотно.

4. Карта приложений. В настоящее время в социуме происходит бурное развитие информационных технологий. Главным ресурсом становятся данные. Они нужны для преобразования компаний, предприятий. Необходимо правильно применять их в целях достижения цифровизации и грамотного менеджмента в ходе бизнеса. Для осуществления цифровизации компании должны разработать четкие планы использования цифровых данных, разработать для этого соответствующие карты приложений. При этом соответствующая группа цифрового преобразования должна с планом действий, обработать данные, а также оптимизировать набор процессов и классифицировать приложения.

Понимая карту приложений, компании будут применять эти данные, чтобы разработать приложения. Также это необходимо для формирования архитектуры центрального бюро данных с сегментацией. Это будет комфортно для сотрудников компании. Эти данные смогут оптимизировать деятельность компании, повысить производительность приложений. Команде цифровой трансформации необходимо оптимизировать имеющиеся приложения, активы путем сбора, обработки, хранения, анализа, извлечения данных, визуализации и контроля безопасности, чтобы извлекать и визуализировать информацию данных и расширить горизонты извлечения прибыли.

5. Карта алгоритмов. Для создания интеллектуальных сценариев приложений компаниям важнее создавать алгоритмы, чем сортировать данные. Алгоритмы пользуются в процессе анализа.

Под картой алгоритмов понимаются механизмы планирования, по которым делятся алгоритмы по критерию бизнес-контактов. Карта алгоритмов классифицируется на статистическую модель, модель майнинга, модель ИИ, отраслевую модель, библиотеку функций и библиотеку алгоритмов. Имеются такие статистические модели, которые обладают рядом решений, кластеризацией k-средних, также и факторным анализом. Они построены на основе математических статистических методов, их также используют в целях массовой классификации, разделения клиентов и анкетирования. В ходе работы над картой алгоритмов компания распределяет карты моделей в различные сферы по бизнес-контактам [6.46].

В процессе разработки карты алгоритмов компании организуют алгоритмы с помощью регулирования моделей алгоритмов. При этом они добавляют те из них, которые отсутствуют в компании, чтобы облегчить дальнейшее использование алгоритмов.

Также компании регистрируют процессы согласования алгоритмов, автоматизируют их, впоследствии интегрируют автоматизированные способы в деловой коммуникации. Помимо прочего компании добавляют модели алгоритмов, которых им не хватает, от компаний, исходя из требований цифровых преобразований.

6. Карта данных. По окончании распределения карт стратегии, алгоритмов, бизнеса, приложений и спроса, он еще должен сформировать карту данных, которая будучи механизмом регулирования данных, оформленная графическим образом, служит для менеджмента данных.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, данные алгоритмы служат важным механизмом достижения целей предприятия в области цифровых технологий. Создание и внедрение инноваций, стимулирование бизнеса к внедрению цифровых технологий, формирование цифрового рынка обеспечит вовлечение предприятий в развитие цифровой экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамова Е. А., Капралова М. А. Роль цифровой экономики в эффективном управлении современными экономическими отношениями // Вестник Ивановского государственного университета. Сер. Экономика. 2019. № 1 (39). С. 6–10.

2. Ганичев Н. А., Кошовец О. Б. Технологический прорыв на базе развития цифровой экономики: возможности, проблемы, риски // Проблемы прогнозирования. 2019. № 6 (177). С. 48–59.

3. Карпунина Е. К. «SOCIETY 5.0»: Соотношение экономических выгод и социальных благ цифровизации // Цифровая экономика: проблемы и перспективы развития: сб. науч. ст. межрегион. науч.-практ. конф. Курск: Изд-во Юго-Запад. гос. ун-та, 2019. Т. 1. С. 328–336.

4. Мухаметшина Р. И. Предпосылки цифровизации экономики в современных условиях: материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Грозный, 2020. С. 123–127. URL: https://gstou.ru/files/nauka/publication/2021/sbornik/123-127.pdf (дата обращения: 28.11.2022).

5. Семячков К. А., Файрузова Д. Ю. Сравнительный анализ программ развития цифровой экономики // Развитие территориальных социально-экономических систем: вопросы теории и практики: материалы XVI Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых (Екатеринбург, 12–13 марта 2019 г.). Екатеринбург: Ин-т экономики Уральского отд. РАН, 2019. С. 140–142.

6. Хаджиев М. Р., Абдурахманова М. М. Цифровые платформы и их роль в цифровой трансформаци экономики. URL: https://gstou.ru/files/nauka/publication/2021/sbornik/142-147.pdf (дата обращения: 28.11.2022).

7. Tsakaev A. Kh., Khadzhiev M. R.Taxation and transfomations to the digital economy conditions // Industry 4.0. 2019. Vol. 4, no 3. P. 134–137.

УДК 351.84:364

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНОГО КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОСТРОЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ КУРСКОЙ ОБЛАСТИ

А. В. Маякова, М. А. Семенова

ФГБОУ ВО «Юго-западный государственный университет», Курск, Россия

A. V. Mayakova, M. A. Semenova

Southwest State University, Kursk, Russia

Аннотация: Эффективность управления на государственном и муниципальном уровне в первую очередь ориентируется на качество жизни населения. В данной работе рассматривается социальное качество жизни: нормативно-правовая база, основные показатели и критерии, оценка на региональном уровне на примере Курской области, а также роль и значение данного концепта в системе государственного и муниципального управления.

Ключевые слова: качество жизни населения, Курская область, показатели, анализ, эффективность.

I. ВВЕДЕНИЕ

Социальное качество жизни – сложная категория, отражающая в себе, с одной стороны, сложность синтетической категории качества, а, с другой стороны, сложность смысла жизни – жизни человека, жизни общества, жизни человечества, и жизни вообще, которая в соответствии с Меморандумом С.Н. Булгакова –

В.И. Вернадского – А.Л. Чижевского входит неотъемлемой частью в организацию Космоса, в “метафизический коммунизм мироздания” (по С.Н. Булгакову) [1]. Социальное качество жизни является одним из концептов современной науки, имеющим значительный масштаб применения на практике, в частности, в системе управления на различных уровнях власти. В настоящее время наибольшую популярность приобретают вопросы, связанные с повышением социального качества жизни населения, так как именно они являются доминирующей целью развития современного общества [2]. Также стоит обратить внимание на то, что во многих регионах России основным критерием проводимой социально-экономической политики субъекта, и одним из ключевых показателей экономического развития страны является качество жизни граждан, в частности социальное качество жизни [3].

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Улучшение социального качества жизни населения – это общегосударственная задача, которая решается совместными усилиями федерального, регионально и муниципального уровня власти. Приоритет их деятельности, заключен в последовательном повышении показателя, а также обеспечении достойных жизненных условий, сокращении бедности, развитии социального государства, и как следствие, повышение социального управления качеством.

Воздействие на формирование методов оценки показателя качества жизни населения оказывает нормативно-правовая база России, в частности, Указ Президента Российской Федерации от 31.12.2015 № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации», в котором освещаются пути повышения качества жизни населения [4]. Немаловажным является нормативно-правовой акт долгосрочного стратегического планирования, как «Прогноз долгосрочного социально – экономического развития Российской Федерации до 2030 года». Он определяет направления и ожидаемые результаты социально-экономического развития субъектов и страны в долгосрочной перспективе [5].

На региональном уровне разрабатываются локальные нормативно-правовые акты и регламенты, направленные на повышение социального качества жизни населения. Например, программа «Социальная поддержка граждан в Курской области» [6], которая включает в себя шесть подпрограмм, основа которых создание благоприятных условий для жизни различных категорий граждан, таких как дети, пенсионеры, инвалиды.

В целом, стоит отметить, что общепризнанных, научно обоснованных методик и критериев оценки качества жизни пока не создано. В развитых европейских странах анализ и оценка качества жизни основываются на исследовании доходов населения, структуры и качества питания, условий проживания, а бедность оценивается долей продовольственных расходов, достаточных для физического выживания [7]. Однако наиболее распространённые показатели для оценки социального качества жизни населения связаны с демографией, экономической и социальной сферой. Проведем анализ социального качества жизни Курской области в экономическом аспекте.

III. ТЕОРИЯ

Рассмотрим показатель, актуальный для экономической оценки социального качества жизни – стоимость фиксированного набора потребительских товаров и услуг и индекс потребительских цен (ИПЦ), который сформирован на основе приказа Росстата от 30 декабря 2014 года №773 «Об утверждении Официальной статистической методологии организации статистического наблюдения за потребительскими ценами на товары и услуги и расчета индексов потребительских цен» [8]. В данный фиксированный набор, исходя из приложения 3 к вышеупомянутому приказу, относятся порядка 83 товаров и услуг массового потребительского спроса. Этот показатель предоставляет нам информацию о том, какова стоимость в тот или иной промежуток времени набора услуг и товаров, которую платит население.

Анализируя данные Росстата, можно заметить, что величина данного показателя за 5 лет увеличилась с 12 976.45 рублей до 16 269.22 рублей. При этом величина в динамике за рассматриваемый период имела тенденцию к постоянному возрастанию. Предположительно данный факт связан с увеличением уровня налога на добавленную стоимость, и соответственно с возрастанием цен на рынке потребительских товаров и услуг. В отношении ИПЦ стоит отметить, что его расчёт отражает покупательную способность населения в отношении определённо установленных товаров (услуг) за определённый промежуток времени.

Если рассматривать динамику ИПЦ на территорию Курской области можно увидеть тенденцию постоянного роста. Наибольшее значение данного показателя зарегистрировано в 2021г. – 109,8%, наименьший показатель в 2017г. – 102,11%. Повышение индекса на 7,69% (рис.1.) говорит о том, что покупательская способность населения возросла, а цены на определенно установленные товары в потребительской корзине были снижены. Безусловно на покупательскую способность влияют доходы населения.



Рис. 1. Индексы потребительских цен на товары и услуги в Курской области в период с 2017-2021гг. (в процентах)

Таблица 1

Доходы населения Курской области в 2017-2021гг. (в процентах)

Среднедушевой денежный доход, руб. в месяц:	2017	2018	2019	2020	2021
До 7000,0	5,6	4,8	3,7	3,2	2,6
7000,1-10 000,0	8,7	7,9	6,7	6,2	5,2
10 000,01-14 000,0	14,0	13,3	12,0	11,6	10,1
14 000,01-19 000,0	16,7	16,3	15,7	15,5	14,1
19 000,01-27 000,0	20,2	20,4	20,6	20,9	20,1
27 000,01-45 000,0	22,1	23,2	24,9	25,8	27,0
45 000,01-60 000,0	6,8	7,4	8,4	8,7	10,1
Свыше 60 000,0	5,9	6,7	7,9	8,1	10,8

Следующий важнейший показатель социального качества жизни в экономическом аспекте – среднедушевые доходы населения. Проанализировав среднедушевые денежные доходы населения Курской области в месяц, (статистические данные Росстата) можно сделать вывод, что с 2017г. по 2021г. лидирующую позицию занимали доходы граждан в размере от 27 000 руб. до 45 000 руб. Помимо этого, наблюдается ежегодный рост доходов от 27 000,01 руб. и свыше 60 000 руб., см. Табл.1.

Рост доходов населения, можно объяснить тем, что в регионе на протяжении исследуемого периода снижается уровень безработицы, так в 2021г. он составил 4,7%, что на 0,6% меньше, чем в 2017г. (см. Табл. 2.) Мы предполагаем, что на данные результаты повлияла активная политика региона по борьбе с безработицей, в частности государственные программы по содействию занятости населения.

Таблица 2

Уровень безработицы в Курской области в 2017-2021 гг.

Показатель (в %)	2017	2018	2019	2020	2021
Уровень безработицы	4,1	4,0	4,0	4,9	4,7

Как результат уровня среднедушевого дохода, изменился такой показатель качества жизни, как площадь жилья на одного жителя региона. (Таблица 3.) Общая площадь жилого помещения на одного жителя постоянно возрастает. Можно предположить, что на это повлиял не только рост доходов и сокращение безработицы, но и улучшение инфраструктуры региона, в частности рост строительства новых жилых комплексов.

Таблица 3

Площадь жилых помещений, приходящаяся среднем на одного жителя в Курской области

	2017	2018	2019	2020	2021
Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя- всего, $м^2$	30,0	30,4	31,0	31,6	32,3

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Подводя итог, анализа социального качества жизни населения в Курской области (экономический аспект), можно сделать следующий вывод: за период 2017-2021гг. в Курской области прослеживаются как положительные, так и негативные социально-экономической политики региона. К негативным можно отнести увеличение стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг и индекса потребительских цен. К позитивным безусловно относится рост доходов населения, уменьшение уровня безработицы, увеличение жилой площади, приходящейся на одного гражданина.

Стоит отметить, что Курская область заняла 19 место в рейтинге качества жизни населения среди регионов России. Рейтинговый балл области составил 56, при максимуме 100. Данное исследование проводит рейтинговое агентство медиагруппы МИА «Россия сегодня» – «Рейтинг» [9].

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Оценка социального качества жизни представляет собой свод социально-экономических показателей, которые в полной мере охватывают все сферы жизнедеятельности граждан не только страны, но и каждого региона. В настоящее время не существует единой общепризнанной методики, которая бы включала все критерии оценки социального качества жизни. В данной работе были представлены экономические показатели: стоимость фиксированного набора потребительских товаров и услуг, индекс потребительских цен, среднедушевые денежные доходы, уровень безработицы, площадь жилого помещения, приходящаяся на одного человека. Выбранные показатели смогли в полной мере проиллюстрировать не только экономический аспект социального качества жизни населения Курской области, но и его взаимосвязь с государственным и муниципальным управлением. Так, если органы власти способствуют улучшению даже одного критерия (показателя) социального качества жизни, это своевременно отразится на уровне жизни граждан, поскольку основной миссией государственного и муниципального является ответственность и предоставление запроса населения к «качественной жизни», а оценка социального качества жизни, в свою очередь, выступает важнейшим инструментом построения эффективной системы государственного и муниципального управления.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Публикация подготовлена при поддержке Гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых № МК-261.2022.2 «Социальное управление качеством в эпоху цифровых трансформаций».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Субетто А. И. Социальное качество жизни в теоретической системе современного квалитативизма // Наука и социальное качество. 2014. № 2 (2). С. 21–40.

2. Туманов Д. В., Чиркун С. И., Бухвалова В. Ю. Оценка качества жизни населения как инструмент построения эффективной системы государственного и муниципального управления // Теоретическая экономика. 2019. № 8 (56). С. 87–101.

3. Маякова А. В. Шестой технологический уклад и качество жизни // Гуманитарный вестник Донского государственного аграрного университета. 2022. № 2. С. 14–19.

4. О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации: указ Президента РФ от 2 июля 2021 г. № 400 // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_389271/ (дата обращения: 19.10.2022).

5. Прогноз долгосрочного социально - экономического развития Российской Федерации до 2030 года // ГАРАНТ. URL: https://base.garant.ru/71173560/(дата обращения: 19.10.2022).

6. Социальная поддержка граждан в Курской области: государственная программа Курской области от 18 окт. 2022 г. № 1159-па. URL: https://kursk.ru/region/control/documents/document-98243/ (дата обращения: 19.10.2022).

7. Чупров И. В. Теоретические и концептуальные основы исследования качества жизни населения // Молодой ученый. 2016. № 25 (129). С. 429–432. URL: https://moluch.ru/archive/129/35631/ (дата обращения: 19.10.2022).

8. Об утверждении Официальной статистической методологии организации статистического наблюдения за потребительскими ценами на товары и услуги и расчета индексов потребительских цен: приказ Росстата от 15 дек. 2021 г. № 915. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Prikaz_915_15122021.pdf/(дата обращения: 19.10.2022).

9. РИА РЕЙТИНГ: сайт. URL: https://riarating.ru/infografika/20220215/630216951.html (дата обращения: 19.10.2022).

УДК 332.112

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ РЕГИОНОВ РФ В 2022 ГОДУ

А. В. Маякова, Э. Ю. Элькинд

Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Россия

A. V. Mayakova, E. Y. Elkind

Southwest State University, Kursk, Russia

Аннотация: В данной статье рассматривается социально-экономическое развитие регионов России за 1 полугодие 2022 года. Проведение рейтинговой оценки по уровню социально-экономического развития субъектов РФ является важным и необходимым этапом в разработке и реализации программ развития разного уровня. Объективность полученных результатов оказывает влияние на качество принимаемых органами власти управленческих решений. Для оценки были взяты данные Федеральной Службы Статистики и РИА Рейтинга. Проанализировано промышленное и обрабатывающее производство, рассмотрены показатели реальных денежных доходов, а также определен уровень безработицы. В большинстве субъектов РФ отмечены положительные темпы роста в различных секторах, однако между регионами страны до сих пор существуют существенные различия.

Ключевые слова: социально-экономическое положение, социально-экономическое развитие, промышленное производства, безработица, реальные денежные доходы.

I. ВВЕДЕНИЕ

Анализ социально-экономического развития территорий является одним из основных и традиционных методов изучения региональной экономики. Он основан на использовании системы статистических показателей, характеризующих основные пропорции и явления, существующие в региональной системе экономике, и в этом отношении относится к группе статистических методов. Целью данного анализа является выявление диспропорций в системе и неиспользованных возможностей экономического роста для обоснования вариаций стратегии социально-экономического развития регионов. В ходе исследования использовались данные статистического сборника «Регионы России. Социально-экономические показатели» за 2021 г. [1], данные РИА Рейтинга, а также Прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов разработанный Минэкономразвития России [2, 3]. С целью отследить изменения основных показателей социально-экономического развития регионов РФ в 2022 по сравнению с предыдущим периодом 2021. Оценка социально-экономического положения регионов России проводилася с использованием широкого перечня методов и подходов к исследованию, среди которых: обобщение и интеллектуальный анализ данных, общенаучные инструменты анализа, методы статистики [4].

II. ТЕОРИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Экономическая стабильность в России определяется уровнем социально-экономического развития региональных территорий. Анализ социально-экономического положения регионов РФ является необходимой предпосылкой принятия различных управленческих решений органами государственной власти, в том числе и в сфере комплексного социально-экономического развития территории.

В I полугодии 2022 года макроэкономические показатели в России в целом показали неоднозначную динамику. Рост был замечен в промышленной сфере, в строительстве, а также отмечено снижение уровня безработицы. Однако при этом произошло сокращение ВВП и реальных располагаемых денежных доходов населения, сократился оборот розничной торговли [2].

В I полугодии 2022 года промышленное производство в РФ, по данным Росстата, выросло на 1,3%. При этом если первые три месяца в промышленности была положительная динамика, то начиная с апреля отмечается спад [5].

На региональном уровне по итогам полугодия произошло сокращение субъектов РФ с положительной динамикой промышленного производства. Таких регионов стало 44, что на 24 меньше, чем по итогам I полугодия прошлого года.

В первую тройку лидеров по промышленному производству вошли (рис. 1):

1. Республика Тыва (+36,4%). Наблюдается рост во всех четырех сферах промышленного производства, наиболее существенный – в добыче полезных ископаемых (+43,5%).

2. Республика Дагестан (+25,6%). Существенное влияние на такой результат оказало увеличение производства в сфере обработки (+30,0%).

3. г. Севастополь (+25,4%). Увеличению промышленного производства здесь также способствовал существенный рост в обрабатывающих производствах (+32,6%).



Рис. 1. Топ регионов по индексу промышленного производства в 1 пол. 2022 года

40 субъектов РФ показали спад в области промышленного производства, наиболее существенные изменения были зафиксированы в Республике Калмыкия, вследствие падения в обрабатывающих производствах и в сфере обеспечения электроэнергией.

В обрабатывающей сфере первенство занял г. Севастополь (+32,6%), второе место – Ненецкий АО (+32,1%), а почетное третье место – Республика Дагестан (+30,0%).

В целом в 42 регионах увеличилось обрабатывающие производство по данным за I полугодия 2022 года выросло. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года их число сократилось на 28 [1].

В большинстве регионов сократились реальные денежные доходы населения.

По сравнению с первым полугодием 2021 года реальные денежные доходы уменьшились на 1,4%, но также прослеживается и положительная динамика данного показателя отразившиеся в 15 субъектах РФ [2].

Чукотский автономный округ, Республика Саха (Якутия) и Республика Татарстан показали наиболее высокий рост и заняли лидирующие позиции по данному показателю (рис. 2).

Тем не менее, в 70 субъектах реальные доходы снизились. Самое значительное сокращение показателя отмечается в Республике Коми, Архангельской области, Республике Калмыкия и в Ивановской области (более чем на 6,0%) [3].

Однако на I полугодие 2022 года номинальная заработная плата в РФ выросла на 12,8%. По сравнению с прошлым годом темп роста заработной платы увеличился, так как в I полугодие 2021 номинальная заработная плата в целом по РФ выросла всего на 9,4% [5].

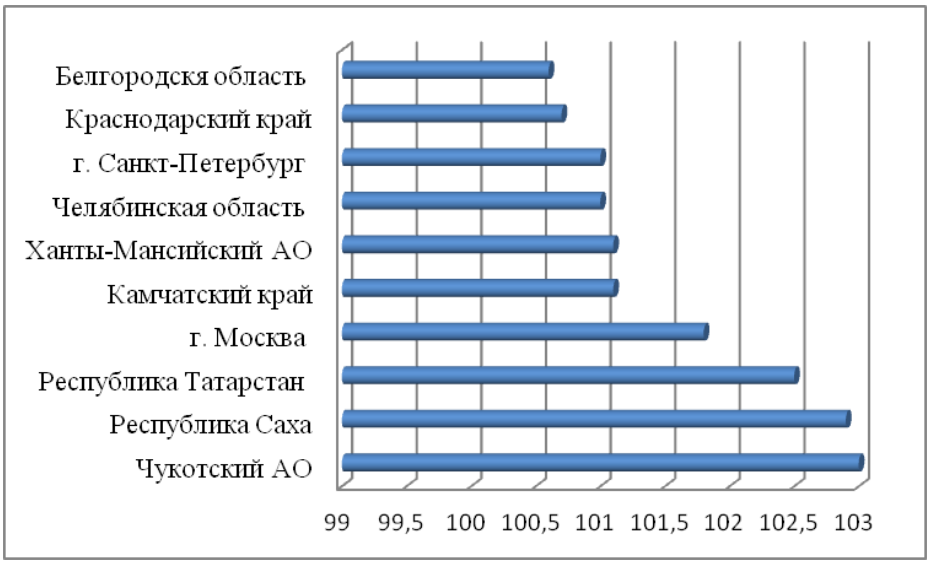


Рис. 2. Топ регионов по росту реальных денежных доходов населения в 1 пол. 2022 года

Увеличение заработной планы также отмечается во всех субъекта РФ. Лидерами данного показателя являются Вологодская область, в Забайкальском крае и в Республике Татарстан.

Также почти во всех субъектах РФ снизилась безработица. Сравнивая с аналогичным периодом, безработица снизилась на 0,9% [5].

Улучшение показателя отмечается в 80 регионах. Наиболее существенное снижение произошло в Республике Тыва (-7,1 процентных пункта), Карачаево-Черкесской Республике (-6,8 процентных пункта) и в Чеченской Республике (-5,3 процентных пункта). Рост безработицы произошел только в пяти субъектах РФ [3].

III. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Устойчивое социально-экономическое положение региона определяет состояние экономики региона, которое характеризуется экономической устойчивостью его систем, способностью противостоять воздействиям различного характера, приводящие к спаду показателей социально-экономического развития региона.

На основании анализа можно сделать соответствующие выводы: нельзя однозначно оценить динамика социально-экономического развития в субъектах РФ не поддается однозначной оценке. По итогам 1 полугодия 2022 года произошло сокращение числа субъектов РФ с положительной динамикой промышленного производства, однако промышленное производство в России в целом выросло на 1,3%; обрабатывающее производство также увеличилось, а реальные денежные доходы и уровень безработицы снизились.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Публикация подготовлена при поддержке Гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых № МК-261.2022.2 «Социальное управление качеством в эпоху цифровых трансформаций».

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2021: стат. сб. / Росстат. М., 2021. 1112 с.
2. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2022 год и на плановый период 2023 и 2024 годов (разраб. Минэкономразвития России) // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_323437/ (дата обращения: 25.10.2022).
3. РИА РЕЙТИНГ: офиц. сайт. URL: https://riarating.ru/ (дата обращения: 25.10.2022).
4. Беляев С. А., Бушина Н. С., Быстрицкая А. Ю. [и др.]. Методы статистики и возможности их применения в социально-экономических исследованиях: моногр. Курск: Деловая полиграфия, 2021. 168 с.
5. Федеральная служба государственной статистики: офиц. сайт. URL: https://kurskstat.gks.ru/ (дата обращения: 25.10.2022).

УДК 338.246

ДЕЛОВАЯ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

М. Г. Морозова, Н. Г. Алексеева
Стерлитамакский филиал ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет», Стерлитамак, Россия

M. G. Morozova, N. G. Alekseeva
Sterlitamak Branch of Bashkir State University, Sterlitamak, Russia

Аннотация. Данная статья посвящена актуальной теме. До сих пор в научных кругах идут дискуссии по поводу формулировки понимания понятия «деловая активность предприятия». Предметом исследования в данной статье выступает комплекс теоретико-методологических вопросов в сфере раскрытия сущности деловой активности предприятия. Для написания статьи использованы системный подход к анализу экономических явлений и процессов, научные положения и выводы, сформулированные в экономических трудах отечественных ученых. В ходе проведенного исследования проанализированы основные подходы к раскрытию понятия «деловой активности», указаны преимущества и недостатки подходов. По результатам исследования авторами дано уточненное определение термину «деловая активность».

Ключевые слова: деловая активность, результативность деятельности, эффективность деятельности, системный подход, эффективность производственной деятельности.

I. ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данного вопроса по раскрытию сущности понятия «деловая активность» как экономической категории определяется тем, что деловая активность предприятия и ее уровень – это важный индикатор влияния внутренних и внешних факторов, влияющий на основные характеристики деятельности предприятия, такие как, платежеспособность, устойчивость, конкурентоспособность, уровень инвестиционной привлекательности. В связи с этим раскрытие значения понятия «деловая активность» имеет очень важное значение.

Проблемы раскрытия сущности понятия «деловая активность» отечественные ученые традиционно раскрывают с точки зрения различных подходов и аспектов ее формирования. Комплексный подход к изучению деловой активности предприятия обосновывается отечественными авторами, а именно: Ефимовой О.В., Мельником М.В., Негашевым Е.В., Савицкой Г.В., Сайфулиным Р.С., Шереметом А.Д. и др.

Отдельные составляющие структуры и особенности формирования деловой активности предприятия исследовали такие ученые, как: Ендовицкий Д.А., Коробейникова Л.С., Полухина И.В., Ковалев В.В., Шадрина Г.В., Мельник М.В., Поздеев В.Л. и др.

Проблемы поиска резервов и способов повышения деловой активности предприятия представлены в трудах таких авторов, как Пименова А.И., Шнайдер О.В., Наумчик И.С., Годящев М.А., Вахидов Ш.Г. и др.

Указанные авторы внесли существенный вклад в разработку теоретических основ деловой активности предприятий. Но при этом, следует признать, что теоретическое представление о деловой активности как экономической категории и системной целостности в научной экономической литературе является неполным и незавершенным, а раскрытие состава структурных элементов деловой активности предприятия определенны нечетко.

Среди ученых-исследователей отсутствует единое мнение по поводу методики исследования деловой активности, несмотря на то, что специалисты современных отечественных предприятий испытывают в них потребность. Кроме того, методологические подходы и теоретические аспекты оценки деловой активности предприятия, нуждаются в уточнении. Актуальной на сегодняшний день также является проблема разработки универсального механизма повышения деловой активности. Следует признать, что в современной отечественной экономической литературе теоретические вопросы деловой активности не получили достаточного отражения и остаются активно обсуждаемыми.

В связи с этим рассматривать деловую активность предприятия следует с позиции системного подхода, который предполагает переход от отдельных определений, используемых при формулировке понятия «деловая активность», к обобщенным и уточненным.

Для реализации системного подхода при осуществлении раскрытия определения деловой активности, следует решить основную задачу: сформировать четкое понятие данной экономической категории. Решение

данной задачи позволит разобраться с понятийным аппаратом, исключить неверное и двоякое толкование данного экономического термина.

Соответственно, задачей данного исследования является раскрытие экономической сущности понятия «деловая активность предприятия» путем оценки взглядов отечественных исследователей.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Вопросы раскрытия и формирования деловой активности предприятия всегда находились в центре внимания ведущих ученых в области управления. Для отечественной практики в настоящее время характерна противоречивая оценка сущности деловой активности предприятия.

Наличие большого количество взглядов и мнений в отношении понятия «деловая активность» привело к тому, что данное исследование является актуальным и востребованным. Для этого необходимо изучить и обобщить мнение отечественных авторов и выяснить критерии, определяющие сущность данной экономической категории.

Задача исследования − на основе приведенного обзора взглядов отечественных ученых, оценки их мнений, выявления недостатков и преимуществ формулировки данного понятия приведенных авторов, уточнить и сформулировать экономическую сущность понятия «деловая активность предприятия».

III. ТЕОРИЯ

Систематизируем основные подходы к формированию деловой активности предприятия, выявим сущность и основные показатели подходов (табл. 1).

Таблица 1

Сравнительный анализ отечественных подходов к определению деловой активности предприятия

Авторы	Сущность подхода	Основные показатели
Ефимова О.В.	Автор делает акцент на анализе операционного цикла и именно через него раскрывает сущность понятия деловая активность предприятия	Период операционного цикла, Период оборота оборотных активов, средний период оборота денежных средств, Средний оборот краткосрочных финансовых вложений
Ендовицкий Д.А., Лубков В.А.	Авторы при описании деловой активности делаю упор на внутренних и внешних взаимосвязях предприяти	Экономическая добавленная стоимость, коэффициент инвестиционной деловой активности
Ковалев В.В.	Деловая активность предприятия проявляется в оценке динамичности ее развития	Оценка степени выполнения планов, норм, нормативов, коэффициент устойчивости экономического роста; оценка динамичности развития предприятия
Шеремет А.Д.	Автор отождествляет деловую активность с оборачиваемостью активов и обязательств предприятия	Коэффициенты оборачиваемости капитала, рентабельность капитала

На сегодняшний день существуют разные взгляды на раскрытие понятия «деловая активность». Например, в современном экономическом словаре приводится следующие определение деловой активности. «Деловая активность – это одна из основных характеристик состояния предпринимательской деятельности на предприятии, в отрасли, в стране. Измеряется индексом динамики курса ценных бумаг». Данное определение нельзя считать однозначным и наиболее полно раскрывающим данную экономическую категорию.

Вызывает определенный интерес подход, предложенный Ковалевым В.В. Ученый определяет деловую активность «как спектр усилий, направленных на продвижение компании на рынках капитала, труда, продукта». В его работах по анализу хозяйственной деятельности приводится следующее определение «деловая активность – это текущая и коммерческая деятельность предприятия». Положительным моментом является то, что Ковалев В.В. считает, что деловая активность как характеристика деятельности предприятия раскрывается через динамичность развития предприятия, увеличение экономического потенциала, степени расширения рынка сбыта [3, с. 324].

По мнению таких авторов, как Донцова Л.В. и Никифорова Н.А., финансовый аспект понятия деловая активность – это скорость оборота средств предприятия. Недостатком данного определения является его краткость, узкость. Авторы не берут во внимание другие показатели, которые характеризуют уровень деловой ак-

тивности предприятия, а также факторы, влияющие на уровень деловой активности. Понятие деловой активности намного шире, чем раскрытие данного понятия только со стороны финансового аспекта.

Часть авторов при раскрытии сущности деловой активности используют показатели, которые ее характеризуют. Так, Ефимова О.В. и Мельник М.В. считают, что сущность деловой активности раскрывается через операционный цикл предприятия.

Другие авторы отличаются иной точкой зрения. Так, по мнению Кирильчук С.П., «показатели деловой активности позволяют определить эффективность использования средств предприятия». Достоинством этого определения является его краткость. Но при этом оно не дает наиболее полную характеристику анализируемой категории [6, с. 185].

Еще более узкое понятие деловой активности предприятия дали экономисты-финансисты А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. По их мнению, она характеризуется только «скоростью оборота оборотных средств хозяйствующего субъекта». Достоинством этого понятия является то, что в нем выделен основной фактор деловой активности предприятия [8, с. 105].

Каждый автор при определении сущности «деловая активность» предлагает свои ключевые характеристики, к которым относят: результативность управления портфелем активов компании, эффективность производственной деятельности, рентабельность трудовых ресурсов, качество управления активами, оборачиваемость активов и обязательств компании, финансовое равновесие сегментов бизнеса, динамичность развития предприятия, пропорциональность экономического роста, объем рынка, уровень конкурентоспособности и многие др.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

При всем многообразии определений деловой активности выделено два основных подхода. Одни авторы, такие как, Ковалев В.В., Ендовицкий Д.А., Лубков В.А., считают, что деловая активность – это комплекс мер, направленных на расширение доли рынка и увеличение объемов продаж. Другие авторы, например, Ефимова О.В., Шеремет А.Д. и др. рассматривают деловую активность как оценочный параметр результативности работы предприятия в целом.

В связи с этим рассмотренные выше определения деловой активности требуют уточнения.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

С точки зрения отечественных ученых в области экономики и анализа, деловая активность предприятия – это результативность и эффективность его производственно-коммерческой деятельности.

Считаем, что деловая активность является характеристикой процесса деятельности предприятия, а эффективность работы предприятия относительно величины авансированных ресурсов или величины их потребления в процессе производства – это уже результат активной деятельности. Между данными понятиями существует причинно-следственная связь, и именно деловая активность является причиной, а следствием выступает эффективность работы предприятия.

Следовательно, деловая активность раскрывает внутренний потенциал предприятия, его внутренние возможности, при этом она во многом зависит от внешних факторов, непосредственного окружения предприятия, а также от макросреды.

Уровень деловой активности на каждом конкретном предприятии зависит от этапа жизнедеятельности предприятия, ее способности к адаптации к изменению внешней и внутренней среды. Деловую активность предприятия характеризуют эффективное использование всех имеющихся ресурсов их существенная динамики. Это позволяет достичь предприятию значительного уровня конкурентоспособности на рынке. Большинство факторов, влияющих на уровень деловой активности предприятия, зависят от руководства и его сотрудников. Понимание сущности деловой активности, факторов, влияющих на ее уровень, показателей, характеризующих ее оценку позволяют принимать грамотные управленческие решения и повысить эффективность деятельности предприятия. В связи с этим необходимо прийти к всеобщему пониманию деловой активности предприятия и исключить возможные противоречия в его трактовке.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучив и резюмируя вышеизложенное, уточним определение термина «деловая активность». Считаем, что под деловой активностью предприятия как экономической категории следует понимать способность занимать устойчивое положение на конкурентном рынке по результатам экономической деятельности, оцениваемое на основе синтеза показателей эффективности использования производственных ресурсов предприятия, а также показателей скорости оборота оборотных средств предприятия как одного из факторов увеличения прибыли.

Таким образом, подойдя к определению деловой активности предприятия, следует отметить его комплексность, а, следовательно, сложность представления в простом формулировочном виде. Комплексное определение деловой активности включает представление этого явления как характеристику преимуществ предприятия, способность ее к развитию, фактор эффективности функционирования и достижения целей собственников, а также уровень развития всех видов деятельности организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ендовицкий Д. А. Корпоративный анализ: учебник для вузов. М.: Юрайт, 2020. 213 с.
2. Мельник М. В. Экономический анализ: учеб. М.: Юрайт, 2022. 238 с.
3. Муравьева Н. Ю., Возиян А. С., Караман Е. С. Контент-анализ понятия деловой активности как критерий оценки эффективности коммерческой организации // Вестник Приднестровского университета. Сер. Физико-математические и технические науки. Экономика и управление. 2021. № 3 (69). С. 318–324.
4. Некрасов Н. А., Вехорева А. А. Аналитический смысл понятия «деловая активность» // Форум молодых ученых. 2018. № 5-2 (21). С. 829–837.
5. Савицкая Г. В. Экономический анализ. М.: ИНФРА-М, 2019. 587 с.
6. Скрылева К. И. Определение понятия деловой активности предприятия и способы ее измерения // Актуальные проблемы и перспективы развития инновационной экономики и управления: сб. науч. ст. по итогам II Всерос. науч.-практ. студенческой конф. Калининград, 2021. С. 185–189.
7. Шадрина Г. В. Экономический анализ: учебник для вузов. М.: Юрайт, 2022. 461 с.
8. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. М.: ИНФРА-М, 2020. 208 с.

УДК 336.648

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Ю. А. Мустахитдинова
Казанский государственный энергетический университет, Казань, Россия

Y. A. Mustakhitdinova
Kazan State Energy University, Kazan, Russia

Аннотация. В современном мире инновационное предпринимательство набирает всё большую популярность. В данной статье рассматриваются вопросы, касающиеся инновационного предпринимательства, почему оно так необходимо, а также предложен процесс разработки программного обеспечения для автоматизации процесса отслеживания финансовых показателей работы поликлиники.

Ключевые слова: предпринимательство, инновационное предпринимательство, инновации, автоматизация, поликлиника.

I. ВВЕДЕНИЕ

В последнее время инновационное предпринимательство является одним из наиболее перспективных направлений развития экономики страны. Вся ответственность по осуществлению инноваций легла на плечи руководителей отдельных хозяйствующих субъектов. Однако сегодня не только правильная оценка и выбор, но и успешная реализация инновационных проектов позволяют организациям занимать лидирующие позиции в отрасли и обеспечивают стабильную основу для дальнейшего роста. Для России так же, как и для других стран, очень важен переход на инновационный путь развития.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Задачей данного исследования является комплексное исследование инновационной деятельности на предприятии. В качестве организации было выбрано специализированное лечебно-профилактическое учреждение – поликлиника.

III. ТЕОРИЯ

Инновационное предпринимательство – это создание чего-то нового, применение инноваций в производстве с целью получения нового результата, а именно продукта, товара, работы или же услуги. Оно в отличие от обычного предпринимательства использует нововведения, которые позволяют создавать новый рынок и удовлетворить все возрастающие потребности человека.

В ходе анализа полученных функциональных моделей были выявлены бизнес-процессы, требующие оптимизации: просмотр необходимой информации о наличии врачей и пациентов, подсчет окончательной суммы за лечение болезни (из-за человеческого фактора всегда есть риск допустить ошибку), составление списка клиентов, которые обращаются в данную поликлинику, дата посещения клиента у медицинского работника (при составлении графика лечений медицинским работником есть риск совершения ошибки, заключающийся в неправильном совмещении лечений).

Разрабатываемое программное обеспечение должно выполнять следующие функциональные требования: хранение данных о врачах и пациентах, формирование отчета об обращениях пациентов к врачам, предоставление скидки в некоторых случаях.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В результате проведённой работы был описан и смоделирован бизнес-процесс работы поликлиники. Для разработки своего приложения были выбраны такие инструменты, как объектно-ориентированный язык программирования C#, встроенные средства которого позволяют разработать ПО, NET Framework и его компоненты, работающие полностью в автоматическом режиме, интегрированная среда разработки Visual Studio для создания консольного приложения. Также в качестве хранилища данных используется файловая система Windows, обеспечивающая высокую скорость ввода-вывода.

Плюсами спроектированной программы являются удобный, интуитивно понятный интерфейс, а также защита от неправильного ввода. Тестирование показало, что заявленные функции реализованы в полном объеме. В результате технико-экономического анализа разработки установлено, что разработанное программное обеспечение является эффективным и целесообразным для реализации.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В результате технико-экономического анализа разработки установлено, что разработанное программное обеспечение является эффективным и целесообразным для реализации.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, можно сделать вывод, что предприятиям в России очень важен и необходим переход российской экономики на инновационную модель развития. В ходе работы были выполнены следующие задачи: проведен анализ деятельности предприятия платная поликлиника; разработана функциональная модель процесса автоматизации отслеживания финансовых показателей работы поликлиники; определены требования к программному обеспечению; разработано приложение на основе объектно-ориентированной технологии.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: Зарипова Римма Солтановна.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ковалев Г. Д. Основы инновационного менеджмента / под ред. В.А. Швандара. М.: ЮНИТИ, 2002. 125 с.

2. Гершанок Г. А. Основы инновационного предпринимательства: учеб. / Перм. нац. исслед. ун-т. Пермь: Изд-во Изд-во ПНИПУ, 2012. 166 с.

3. Хайруллин А. М., Зарипова Р. С. Цифровое будущее медицины // Вектор развития управленческих подходов в цифровой экономике: материалы III Всерос. науч.-практ. конф. Казань, 2021. С. 295–297.

4. Варзунов А. В., Торосян Е. К, Сажнева Л. П. Анализ и управление бизнес-процессами: учеб. пособие. СПб.: Университет ИТМО, 2016. 112 с.

5. Яппаров Р. Р., Зарипова Р. С. Внедрение информационных систем управления как инструмента организационной эффективности предприятий // Информационные технологии в строительных, социальных и экономических системах. 2020. № 4 (22). С. 27–29.

УДК 347.453

АРЕНДАТОР VS АРЕНДОДАТЕЛЬ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ: ПАРТНЕРЫ ИЛИ СОПЕРНИКИ

М. Е. Непомнящая
Омский государственный технический университет, Омск, Россия

M. E. Nepomnyashchaya
Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В статье представлены результаты сравнительного анализа позиций арендатора и арендодателя на рынке недвижимости, проведено исследование деятельности каждого участника на рынке. Цель работы заключалась в исследовании масштаба и значимости арендных отношений на рынке недвижимости, установлении характера взаимодействия участников при совершении сделок по аренде недвижимости (арендатора и арендодателя). В статье приведена статистика сделок по аренде жилья в РФ, уровню цен на аренду жилой и коммерческой недвижимости в г. Омске. В исследовании автором использовались следующие методы: наблюдение, классификация, сравнение, обследование статистического массива, анализ. На основании результатов был сделан вывод о важности арендных отношений для экономики России.

Ключевые слова: арендодатель, арендатор, рынок недвижимости, договор аренды.

I. ВВЕДЕНИЕ

В данной работе будут рассмотрены взаимоотношения арендодателей и арендаторов, как основных участников сделок по аренде жилой недвижимости, которые в российской экономике по своей распространенности оцениваются как самые массовые. Согласно официальным статистическим данным на конец 2021 года в Российской Федерации около 15 % россиян снимают (арендуют) жилое помещение [1]. Общее количество населения РФ в 2021 году составляет 145,48 млн. человек, то есть людей, заключивших договор с арендодателем - 21,82 млн. чел. [3]. Поэтому выбранная тема исследования является весьма важной и своевременной.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью работы является проведение исследования о сущности и особенностях отношений между арендодателем и арендатором объектов недвижимости.

Основными задачами исследования являются:

5.проанализировать уровень цен на аренду жилой и коммерческой недвижимости, сложившийся в г. Омске в 2022 г.;

6.проанализировать данные о численности населения РФ, использующих для проживания съёмное (арендованное) жилье

7.сделать вывод о характере взаимоотношений арендодателя и арендатора.

III. ТЕОРИЯ

Рассматривая исторический аспект возникновения арендных отношений, можно отметить, что первые сделки по аренде имущества возникли в 400-450 году до н. э. При этом первыми объектами аренды являлись земля и скот. Таким образом, аренда, как особый тип экономических имущественных отношений, появилась ещё с древних времён, и по сей день является широко распространённой и востребованной.

Древнегреческий философ Аристотель в IV в. до н.э. в практике «Риторика» отметил: «Богатство состоит в пользовании, а не в праве собственности». Данная фраза отождествляет арендные отношения. Человеку не обязательно приобретать какую-либо вещь в собственность, чтобы пользоваться ей и иметь права на неё.

В сфере арендных имущественных отношений выделяют основные понятия:

1. право владения - право, которое даёт юридически обеспеченную возможность обладать какой-либо вещью;

2. право распоряжения - право, которое даёт возможность совершать определённые действия с вещью, но только в рамках закона;

3. право пользования - юридическая возможность извлечения из вещи выгоды, удовлетворение своих потребностей, получение дохода, плодов.

В соответствии с Гражданским Кодексом Российской Федерации все три права принадлежат собственнику имущества, он же является арендодателем [2]. Арендодателем признается лицо, достигшее 18-летнего возраста, которое владеет, либо на законных основаниях пользуется вещами, и с согласия владельца имущества передаёт во временное пользование данное имущество, либо какую-либо часть от него, за определённую плату. Нормативно-правовая база не предполагает каких-либо ограничений (кроме возрастных) для арендодателя: им может быть, как физическое, так и юридическое лицо. Также нет ограничений в объекте – любая вещь (движимое и недвижимое имущество) может быть сдана в аренду.

Главная обязанность арендодателя – предоставить арендатору имущество строго в том состоянии, которое соответствует условиям договора аренды. К объекту аренды должна быть предоставлена вся необходимая для его использования и эксплуатации документация.

Деятельность арендодателя на рынке недвижимости невозможна без второго участника сделки – арендатора. Он также имеет определенные права на имущество собственника, если заключил с ним договор аренды. Арендаторами могут являться физические лица, коммерческие предприятия, а также государство.

Используя данные Национального агентства финансовых исследований (НАФИ) [3] и Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) [1] проанализируем динамику численности населения Российской Федерации, которое арендует жилые помещения (табл.1).

Таблица 1

Динамика населения Российской Федерации, проживающего в арендуемом жилье

Год*	Общее число населения России, млн. чел.	Процент населения, проживающего в арендуемом жилье, %	Население России, арендующие жилые помещения, млн. чел.
2018	146,79	8	11,743
2019	146,74	9	13,207
2020	146,24	11	16,086
2021	145,48	15	21,822

* Данные представлены на конец года.

Представленные данные показывают, что неуклонно растет процент людей, использующих для проживания арендованное жилье. За последние четыре года этот показатель увеличился вдвое – с 8 до 15 %. В конце 2020 года численность россиян, арендующих квартиры для проживания, увеличилась до 16 млн. чел, а в 2021 г. – почти до 22 млн. чел. Это объясняется высокой (часто недоступной) стоимостью покупки жилья в собственность, высокими процентами по ипотечным кредитам, низким уровнем доходов большей части населения, и распространяемостью тенденцией проживать в съемной жилье, меняя города, регионы и страны, среди молодежи возраста 20-35 лет. Также такое значительное увеличение может быть отчасти связано и с тем, что Минэкономразвития РФ внесло поправки в законодательство, по которому арендаторы могут потребовать снизить плату за помещение, а в случае, если арендодатель не согласится, то можно разорвать договор аренды без штрафа. Однако, такое положение действовало только до 1 октября 2020 года [1]. В 2021 году произошёл резкий рост сделок на аренду жилья. Это связано с тем, что в 2021 г. произошло увеличение ставок по ипотеке до 7,5 % [6], поэтому брать жильё в аренду оказалось выгоднее, чем покупать недвижимость в собственность, особенно в городах-миллионниках.

Динамика численности населения РФ, арендующего жилье, представлена на рис. 1.

График наглядно демонстрирует, что с 2018 года численность населения Российской Федерации, арендующего жилье, с каждым годом росло: в 2019 году количество россиян, проживающих в арендуемом жильё, увеличилось на 1,5 млн. чел., в 2020 - на 3 млн. чел., и в 2021 - на 6 млн. чел.

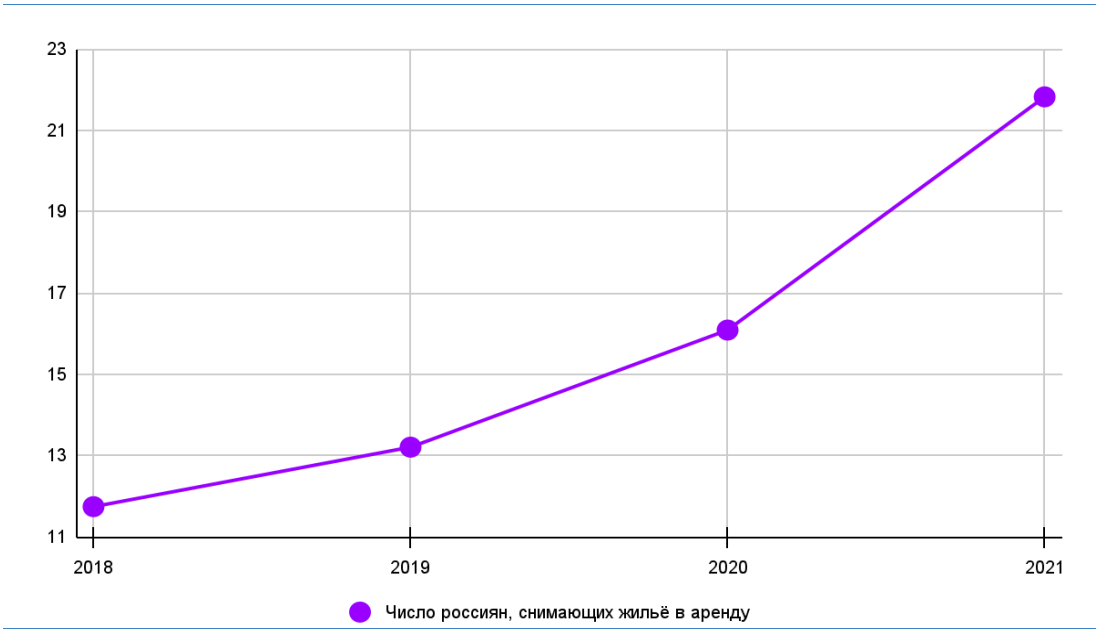


Рис. 1. Динамика численности населения России,
снимающего жильё в аренду за 2018-2021 гг., млн. чел.

Таким образом, по данным таблицы 1 и рисунка 1 видно, что в России сложилась стабильная тенденция на ежегодное увеличение арендаторов жилых помещений. На основе представленных в табл. 1 данных можно сделать прогноз о том, что на конец 2022 года процент населения Российской Федерации, снимающих жильё в аренду, будет составлять около 23 % от общей численности населения РФ. Такие расчеты основаны на том, что ежегодный прирост процента арендующих жилье, был в два раза больше, чем предыдущий. При построении экстраполяции динамического ряда для доли россиян, арендующих жилье, мы получаем величину в 23%.

Рассмотрим, что отличает арендатора от арендодателя в правовом поле? В первую очередь, арендатор имеет лишь права владения и пользования, и не имеет право распоряжения, то есть арендатор не может продавать имущество, предоставлять в аренду, дарить, ликвидировать и так далее. Так как права арендатора частично ограничивают права владельца на данное имущество, то арендатор вправе реализовать часть своих прав (например, передавать имущество в субаренду для получения дохода) только с согласия собственника. Если арендатор нарушил условия основного договора аренды, то арендодатель на законных основаниях может изъять доход арендатора, полученный по договору субаренды. Таким образом, арендатор - лицо, которое, заключив договор с собственником какого-либо имущества, получает его во временное владение и (или) пользование, а взамен уплачивает арендодателю плату, оговоренную в договоре аренды. Таким образом, собственник (арендодатель) сдаёт своё имущество в аренду и получает доход от данной сделки.

Исследуем особенности ценообразования на рынке аренды недвижимости в г. Омске. Для начала рассмотрим средние цены на аренду жилой недвижимости в Омске на октябрь 2022 года [7] (табл. 2).

Таблица 2

Средняя цена на аренду квартир в Омске за 2022 год

Количество комнат	Средняя цена в месяц, руб.	Средняя цена в месяц за м², руб.
1-комнатная	15 958	426
2-комнатная	22 358	403
3-комнатная	30 382	387

Исходя из данных табл. 2 видно, что средняя цена на 1-комнатную квартиру составила 15 958 рублей, на 3-комнатную - 30 382 рубля, но если посмотреть средние цены за м², то цена за 1-комнатные квартиры, которая составляет 426 рублей за м² больше, чем средняя цена на 3-комнатные за м² на 39 рублей.

Таким образом, если брать ценовой фактор по удельной цене 1 квадратного метра на жилое помещение, то арендодателю выгоднее сдавать две или три 1-комнатных квартиры, которые на рынке дешевле многокомнатных, чем одну трехкомнатную. Это связано с тем, что спрос на более дешевое жильё гораздо выше, и собственники однокомнатных квартир повышают удельную цену за 1 м², по сравнению с удельными ценами на 2- и 3-комнатные квартиры. Такая разница может показаться незначительной, однако из приведенных данных видно, что однокомнатные квартиры приносят владельцам больший арендный доход.

С точки зрения арендатора, для проживания нескольких человек выгоднее брать в аренду квартиры с большим количеством комнат. Эта особенность ценовой политики на рынке аренды жилья часто используется студентами при найме жилья для нескольких человек. Они арендует многокомнатные квартиры, проживания в них по типу коммунальных квартир и существенно экономя на арендной плате.

Арендная плата за жилую недвижимость, несомненно, является существенным источником дохода, однако бóльший доход принесёт коммерческая недвижимость. Так, по данным ЦИАН, средняя цена аренды коммерческой недвижимости площадью 210 кв.м. в Омске за октябрь 2022 года составляет 125 684 рубля, что составляет 586 рублей за 1 м². Это на 160 рублей дороже, чем удельная цена 1-комнатной квартиры. Наибольший доход от аренды коммерческой недвижимости приносят сделки с крупными компаниями – банками, супермаркетами, которые заключают долгосрочные договоры на аренду и являются стабильными участниками рыночной экономики с минимальными рисками банкротства.

Как правило, таким организации арендуют помещения с большими площадями, на территориях с большой проходимостью. Удельная цена 1 кв. м в таких помещениях будет значительно дороже, чем в других объектах коммерческого назначения.

Таким образом, можно сделать вывод, что арендная плата по сделкам на рынке недвижимости, является существенным (часто основным) источником дохода для собственников помещений. Наиболее высокий доход получают собственники коммерческой недвижимости, где удельная цена аренды 1 кв. м на 30 % превышает цену аренды высокодоходных однокомнатных квартир.

Исследуем еще один немаловажный для выбранной темы вопрос – арендодатель и арендатор являются партнёрами или соперниками в сделках подобного типа.

Согласно словарям русского языка, партнёры – это равноправные участники совместной деятельности. Партнёр является лицом, которое имеет общие интересы с другими партнерами, цели которых должны совпадать [5]. Можно констатировать, что у участников арендных отношений есть общая цель - получение выгоды, однако она не является идентичной. Арендодатель, сдавая недвижимость под аренду, получает денежное вознаграждение, то есть финансовую выгоду. Арендатор, снимая эту недвижимость, получает возможность пользоваться данным недвижимым имуществом, приобретая социальные (от жилой недвижимости) или экономические выгоды от ведения коммерческой деятельности.

Соперники, как правило, борются за какой-то результат, пытаясь победить и превзойти другого [4]. Чаще у них предполагается выгода одного типа, но победивший соперник получает ее в большем размере, чем проигравший. Думается, что данный тип взаимоотношений не присущ сделкам по аренде недвижимости, так как у арендатора и арендодателя нет соперничества между собой в достижении одной и той же цели.

Таким образом, арендатора и арендодателя можно назвать бизнес-партнёрами, отношения которых строятся на выполнении условий договора аренды, предполагающего достижение поставленных целей и одной, и другой стороной.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Проведенное исследование показало, что арендодателю выгоднее сдавать в аренду коммерческую недвижимость, удельные цены на которую выше более чем на 30 %.

Взимаемая арендная плата может выступать как дополнительным, так и основным источником дохода для собственника недвижимости.

Процент людей, арендующих жильё в РФ неуклонно увеличивается, за период с 2018 года по 2021 год он вырос с 8 до 15 %. В связи с экономической ситуаций в России и общемировыми тенденциями прогнозируется дальнейшее повышение числа россиян, проживающих в арендованном жилье.

Взаимоотношения арендодателя и арендатора являются партнёрскими, направленными на эффективное взаимодействие между ними в целях получения личной выгоды для каждой стороны.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследовательской работы был проведён сравнительный анализ цен на аренду жилых и коммерческих помещений в г. Омске по данным на октябрь 2022 г., оценена динамика численности населения, проживающего в арендованном жилье, на основании чего были сделаны прогнозные расчеты по доле населения, которое заключит договоры аренды жилья к концу 2022 года.

Главная особенность арендных отношений в том, что участников таких отношений (арендатора и арендодателя) нельзя назвать соперниками, так как деятельность направлена на взаимовыгодное сотрудничество на рынке недвижимости.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Автор благодарит научного руководителя к.э.н., доцента Глущенко Марину Евгеньевну, за помощь в редактировании статьи, за предложения и замечания к предварительным версиям статьи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ): офиц. сайт. URL: https://wciom.ru/?ysclid=l9fj4zfxq8390702767 (дата обращения: 12.10.2022).

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 янв. 1996 г. № 14-ФЗ (ред. от 29.07.2021) // Консультант Плюс: сайт. URL: http://www.consultant.ru/ (дата обращения: 14.10.2022).
2. Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ): офиц. сайт. URL: https://nafi.ru/?ysclid=l9fiyqc4z0363741144 (дата обращения: 12.10.2022).
3. Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 70-х годов / под ред. Н. З. Котеловой. М.: Русский язык, 1984. 805 с.
4. Словарь русского языка: в 4 т. / РАН, Ин-т лингвистич. исследований; под ред. А. П. Евгеньевой. 4-е изд., стер. М.: Русский язык, 1999. // Фундаментальная электронная библиотека: сайт. URL: http://feb-web.ru/feb/mas/ (дата обращения: 12.10.2022).
5. Центральный банк Российской Федерации: офиц. сайт. URL: https://cbr.ru (дата обращения: 12.10.2022).
6. Циан - база недвижимости в Омске: офиц. сайт. URL: https://omsk.cian.ru (дата обращения: 12.10.2022).

УДК 332.14

ТЕХНОПАРК КАК ЭЛЕМЕНТ ИНФРАСТРУКТУРЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА

А. И. Осипова

Институт экономики и управления РГПУ им. А. И. Герцена,
Санкт-Петербург, Россия

A. I. Osipova

Institute of Economics and Management, Russian State Pedagogical University. A. I. Herzen,
St. Petersburg, Russia

Аннотация. В статье рассмотрено значение инновационной деятельности для вузов, а именно технопарков. Последние годы данное направление является актуальным, поскольку именно инновации позволяют развиваться стране и оставаться на конкурентоспособном уровне. Проанализированы действующие технопарки и показана их роль в социально-экономическом развитии регионов России. Сделан вывод о важности влияния и поддержки государства на развитие технопарков как элементов инновационной инфраструктуры в вузах.

Ключевые слова: инновационная деятельность, инновационная инфраструктура, технопарк.

I. ВВЕДЕНИЕ

Инновационная структура в настоящее время оказывает огромное влияние на экономику России. И именно то, насколько развита инновационная деятельность, свидетельствует об успешной экономической политики региона. На данном этапе уровень инновационного развития нашей страны значительно отстает от уровня других стран, что приводит к дифференциации уровней жизни населения.

Анализ инновационной инфраструктуры вузов, в частности технопарков, позволит выделить их сильные и слабые стороны, а также использовать новые методы в развитии.

Технопарки являются центром развития инновационного бизнеса, связывают науку и производство. Именно это способствует развитию инновационной политики страны.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Основной задачей данной работы служит рассмотрение текущего состояния развития инновационной деятельности вузов России, в которой технопарки занимают важное место, а также влияние инноваций на социально-экономическое развитие регионов.

III. ТЕОРИЯ

В свою очередь инновационное развитие вуза связано с функционированием его инновационной инфраструктуры, способствующей внедрению новых методов и знаний в научно-исследовательский процесс для их практического освоения в будущем.

Понятие инновационной деятельности не имеет единого подхода в научной среде. Баранчеев В. П. рассматривал инновационную деятельность как трансформацию и использование новшеств - работу над нововведением [3].

Птилимов Ф.В. дает такое определение: «инновационная - это та деятельность, при которой главной задачей является получение значимых результатов, используя экспериментальные разработки и различные научные исследования» [2].

Согласно Законодательству РФ: «инновационная деятельность - деятельность (включая научную, технологическую, организационную, финансовую и коммерческую деятельность), направленная на реализацию инновационных проектов, а также на создание инновационной инфраструктуры и обеспечение ее деятельности» [1].

Исходя из этого можно выделить, что инновационная деятельность основывается на разработке новых проектов для развития инновационной инфраструктуры в целом.

Итогом любой деятельности должен быть результат, так, итогом инновационной деятельности выступает инновационный продукт. В вузе же таким продуктом является интеллектуальный человеческий капитал, для создания которого необходима целостная методическая система.

Для развития инновационной деятельности вуза важна инновационная инфраструктура. С точки зрения Законодательства инновационная инфраструктура - совокупность организаций, способствующих реализации инновационных проектов, включая предоставление управленческих, материально-технических, финансовых, информационных, кадровых, консультационных и организационных услуг.

Конечной целью формирования инновационной инфраструктуры является создание системы хозяйствующих субъектов, способной обеспечить эффективное осуществление инновационной деятельности в интересах всего общества.

Для формирования инновационной экономики необходимо наличие в экономической системе специализированных организаций и институтов, целью которых является поддержка и стимулирование инновационной деятельности. Именно они и образуют инновационную инфраструктуру.

За последнее десятилетие инновации имеют все большее развитие в экономике всех стран. Согласно рейтингу ГИИ 2022 г., наиболее инновационной экономикой в 2022 г. является Швейцария, которая на протяжении 12 лет остается неизменным лидером. Россия в данном рейтинге занимает 47-е место. Глобальный инновационный индекс охватывает уровень развития рынка, бизнеса, развитие технологий и знаний, а также человеческий капитал и науку и состоит из 81 показателя. Данное место в списке для России означает необходимость поддержки государства развития инновационной среды, чтобы новые проекты доходили до стадии реализации

и коммерциализации. На протяжении многих лет правительства всего мира используют данные ГИИ для улучшения инновационной политики [6].

Всего по итогам Росстата в 2021 году расходы на науку из средств федерального бюджета составили 626574,3 млн руб., что на 76972,1 млн руб. больше, чем в 2021 году, где расходы соответствовали 549602,2 млн руб [5].

К основным элементам инновационной инфраструктуры вуза можно отнести технопарки, инновационные центры, бизнес-инкубаторы, технополисы и др. В данной статье рассматривается технопарк как элемент инновационной инфраструктуры и условия, которые создаются для деятельности резидентов на его базе.

Технопарки представляют собой организацию, которая является юридическим лицом и взаимодействует с высшими учебными заведениями или научными центрами, и осуществляет формирование инновационной предпринимательской среды путем создания материально-технической, социокультурной, экономической и иной базы для эффективного развития, поддержки и подготовки к самостоятельной деятельности студентов. Технопарк может являться структурным подразделением вуза, а также входить в саму структуру вуза, и учреждаться в любой организационно-правовой форме в соответствии с Законодательством Российской Федерации.

Технопарки позволяют формировать конкурентоспособную инновационную среду, в которой появляются идеи для развития экономики государственного сектора.

Для регулирования деятельности технопарков при вузах отсутствует специальный федеральный закон, что не позволяет определить правовой статус участников и создать эффективную систему управления.

Так, в 1950-х гг. в США наибольшую известность получил парк «Silicon Valley» (кремниевая долина) в Калифорнии на базе Стэнфордского университета. Университет выступал центров аккумуляции знаний, а с помощью поддержки правительства и местных органов происходило формирование различных научно-технических лабораторий, в которых происходила генерация идей и применение их на практике. В наше время на территории технопарка размещены 162 строения, где работают 23 тыс. сотрудников 140 компаний. Apple, Google, Intel, Facebook, Tesla и многих других.

В России же первый технопарк был создан лишь в 1990 г. в г. Томске - «Томский научно-технологический парк», который представлял собой кооперацию вузов, НИИ, предприятий, иностранных фирм и других организаций, учреждений и ведомств.

Большинство технопарков создавалось лишь формально, а на практике свое развитие они так и не получили. Проблема заключалась в недостаточном финансировании, а также в отсутствии структуры процесса от генерации идеи до ее реализации.

К основным задачам технопарков относят:

- развитие предпринимательских компетенций у учёных и студентов, коммерциализация разработок учёных
- обеспечение взаимосвязи между университетами, научными организациями и бизнесом;
- оказание помощи резидентам в получении льгот, грантов и финансовой поддержки.

Для поддержания технопарков со стороны государства выделяются гранты, субсидии. Существует программа «Приоритет – 2030», одной из основных задач которой является повышение научно-технологического потенциала российских университетов для создания новых технологий, отраслей и конкурентоспособных продуктов. На 2022 год в программе участвует 121 университет, почти две трети вузов – региональные. На их поддержку Правительство уже направило свыше 15 млрд рублей [4].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В работе использованы методы анализа и сравнения университетских технопарков в России, а также показана их роль влияния на социально-экономическое развитие регионов. По итогам VII Национального рейтинга технопарков России на 2021 год действует 183 технопарка, из них 91 относится к вузам, а остальные являются промышленными. Большее число технопарков приходится на Центральный район России и составляет 49,7% от общего числа [7].

Сравнительная характеристика университетских технопарков по итогам 2020 года представлена в таблице 1.

Чтобы представить взаимосвязь экономического состояния регионов и инновационной инфраструктуры, необходимо оценить социально-экономические показатели данных регионов. Показатели представлены в таблице 2.

Таблица 1

Сравнительная характеристика университетских технопарков за 2020 год [7]

Наименование технопарка	Место нахождения	Год создания	Направления специализации	Инфраструктура	Объем инвестиций	Выручка резидентов	Кол-во объектов интеллектуальной собственности	Объем затрат резидентов на НИОКР
1. «Волгатех»	Республика Марий Эл	1996	Металлургия и металлообработка, транспортное машиностроение, автомобильная промышленность	Бизнес-инкубатор, инжиниринговый центр, центр коллективного пользования научным оборудованием, конгрессно-выставочный зал	37,5 млн руб. (35 млн руб. – средства федерального бюджета, 2,5 млн руб. – внебюджетные источники)	18,6 млн руб.	6	1,4 млн руб.
2. Технопарк Иркутского национального исследовательского технического университета	Иркутская область	2008	Информационно-коммуникационные технологии, транспортное машиностроение, биотехнологии, химическая промышленность	Бизнес-инкубатор Инжиниринговый центр Центр коллективного пользования научным оборудованием, Центр прототипирования, Центр трансфера технологий Лаборатории	185 млн руб. (25 млн руб. – средства федерального бюджета, 160 млн руб. – внебюджетные источники)	861 млн руб.	-	-
3. Технопарк Русский» – совместный проект Дальневосточного федерального университета и Фонда «Сколково»	Приморский край	2017	Биотехнологии Медицинская и фармацевтическая промышленность, Новые материалы Информационно-коммуникационные технологии	Бизнес-инкубатор Коворкинг-центр	81 млн руб. (66 млн руб. – средства федерального бюджета, 15 млн руб. – внебюджетные источники)	1528,0 млн руб.	8	38 млн руб.

Таблица 2

Социально-экономические показатели регионов [8]

Местоположение	Площадь территории, тыс. км^2	Численность населения на 1 января 2021 г., тыс. человек	Среднегодовая численность занятых, тыс. человек	Среднедушевые денежные доходы (в месяц), руб.	Потребительские расходы в среднем на душу населения (в месяц), руб.	Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций, руб.	Валовой региональный продукт в 2019 г., млрд руб.	Инвестиции в основной капитал, млрд руб.	Основные фонды в экономике (по полной учетной стоимости; на конец года), млрд руб.
Республика Марий Эл	23,4	675,3	264,5	21 264	15 376	32 278	204,1	36,6	933,1
Иркутская область	774,8	2 375,0	1 051,5	27 571	19 410	49 885	1 545,7	395,3	4 294,4
Приморский край	164,7	1 877,8	924,7	37 304	27 916	50 105	1 066,7	184,7	3 657,6

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Представленные данные указывают на взаимосвязь инновационной инфраструктуры и экономики региона. Совместный проект Дальневосточного федерального университета и Фонда «Сколково» является самым молодым, но уже имеющим 8 объектов интеллектуальной собственности, поскольку «Сколково» находится в Москве, где сосредоточены все передовые технологии.

Технопарк Иркутского национального исследовательского технического университета поддерживается внебюджетными источниками финансирования, что позволяет ему развиваться и занимать лидирующую позицию среди рассмотренных регионов.

Республика Марий Эл имеет меньшее значение в показателях, ее социально-экономическое развитие не так связано с инновационной деятельность, как в других регионах.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Из вышеприведенных данных видна прямая взаимосвязь инновационной деятельности и социально-экономического развития регионов России. Технопарки являются важным элементом в создании нового продукта и в его реализации, что позволяет развивать инновационную инфраструктуру. Благодаря созданию инноваций происходит диверсификация экономики региона, что позволяет ей быть более устойчивой, что вследствие ведет к увеличению доходов местного бюджета.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Технопарки – площадки для генерации новых идей и обмена практическими знаниями между представителями бизнеса и студентами, занимают важное место в развитии экономики в целом и инновационной деятельности вуза в частности. В России с каждым годом создается все больше программ по поддержке инноваций в вузах, выделяются гранты и субсидии, что позволяет развиваться технопаркам не только в центральной части страны, где аккумулирована большая часть научно-технической базы, но и регионам.

Важно обеспечивать постоянное взаимодействие между студентами и организациями, проводить практические занятия, организовывать инновационные кластеры.

Нет необходимости ставить амбициозные цели по деятельности технопарков, важно постепенно достигать улучшения позиций в рейтингах инновационной активности.

На данном этапе между формулированием, реализацией и воздействием инновационной политики существует значительное отставание.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. О науке и государственной научно-технической политике. Ст. 2. Основные понятия, применяемые в настоящем Федеральном законе: Федер. закон от 23 авг. 1996 г. № 127-ФЗ (ред. от 07.10.2022). URL: http://www.consultant.ru/ (дата обращения: 28.11.2022).

2. Питилимов Ф. В., Шарышов А. С. Инновационная деятельность предприятия // Молодой ученый. 2017. № 3 (137). С. 392–395.

3. Баранчеев В. П., Масленникова Н. П., Мишин В. М. Управление инновациями: учеб. для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2022. 747 с. URL: https://urait.ru/viewer/upravlenie-innovaciyami-488625#page/2 (дата обращения: 14.10.2022).

4. Правительство запускает дальневосточный трек в рамках программы «Приоритет-2030». URL: http://government.ru/docs/ (дата обращения: 14.10.2022).

5. Финансирование науки из средств федерального бюджета (с 2000 г.). URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/science (дата обращения: 14.10.2022).

6. GII 2022 results. URL:https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2022-section3-en-gii-2022-results-global-innovation-index-2022-15th-edition.pdf (дата обращения: 14.10.2022).

7. Андреев А. Н., Белов А. А., Бухарова М. М. [и др.]. Технопарки России и Беларуси - 2021: ежегод. обзор / Ассоциация кластеров, технопарков и ОЭЗ России; Гос. комитет по науке и технологиям Республики Беларусь. Москва: АКИТ РФ, 2021. 125 с. URL: https://investugra.ru/upload/Tehnoparki_obzor_2021_compressed%20(2).pdf (дата обращения: 14.10.2022).

8. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2021: стат. сб. / Росстат. М., 2021. 1112 с. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Region_Pokaz_2021.pdf (дата обращения: 14.10.2022).

УДК 330

«ЭФФЕКТ КОЛЕИ» НА ПУТИ ИДЕНТИФИКАЦИИ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ЛОВУШЕК

И. В. Пенькова[1,2], **У. М. Сталькина**[2]
[1]*Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия*
[2]*БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д. Ф. Устинова, Санкт-Петербург, Россия*

I. V. Penkova[1], **U. M. Stal'kina**[2]
[1]*North Caucasus Federal University, Stavropol, Russia*
[2]*BSTU «VOENMEH» named after D. F. Ustinov, Saint-Petersburg, Russia*

Аннотация. В статье проанализированы особенности «эффекта колеи» российской экономики. На основании исследования получены следующие выводы: «эффект колеи» в социально-экономическом развитии России проявился в образовании устойчивых институтов как эффективны, так и неэффективных, т.е. институциональных ловушек, что в свою очередь влияет на эффективность функционирования всех сфер, в том числе и производственной; для России наиболее сложными для преодоления институциональными ловушками можно считать: высокая степень формальности внедрения и применения инструментов нивелирования проявления коррупции, забюрократизированность инновационного развития, широкая база и высокие ставки налогообложения, снижающееся качество образования, несостоятельность государственного инсфорсмента в направлении создания эффективных институтов.

Ключевые слова: институциональные ловушки, «эффект колеи», социально-экономическое развитие, цифровизация, инфорсмент.

I. ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. Дисфункциональность институциональных преобразований, произошедшая в России в постсоветский период, стала причиной формирования ряда неэффективных, но стабильно устойчивых как во времени, так и к внешним воздействиям, институтов, которые получили название институциональных ловушек. Активно внедряемые реформы, широкомасштабная цифровизация, особенно в период пандемии COVID, продемонстрировала несостоятельность теории конкуренции институтов, которая гласит о том, что со временем неэффективные институты нивелируются, а эффективные развиваются и выживают. Неэффективной оказалась

и прямая, без соответствующей адаптации к российским реалиям, трансплантация институтов из других развитых стран. Механизмы государственного инфорсмента недоработаны в должной степени, в соответствии с условиями быстро меняющейся институциональной среды, подверженной ускорившемуся НТП и всепроникающей цифровизации, которые в свою очередь и актуализируют проблематику обеспечения состоятельности и работоспособности институтов цифровой экономики.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В рамках очерченной проблематики ведутся интенсивные научные дискуссии с целью решения диверсифицированных теоретических и практических задач, одну из которых мы попытаемся рассмотреть в предлагаемой статье.

Так, целью исследования ставится идентификация цивилизационно сложившихся институциональных ловушек в российской социально-экономической среде на основе институционального анализа с учетом «эффекта колеи».

Достижение заявленной цели требует решения таких задач:

проанализировать теоретические основы проявления «эффекта колеи» в экономических реалиях;

очертить институциональные параметры, цивилизационно сложившиеся в российской социально-экономической среде, влияющие на формирование и нивелирование институциональных ловушек.

Исследование проводилось с использованием методов сравнительного и ретроспективного анализа применительно к материалам в области формирования институциональных ловушек, среди которых: монографические исследования, научные публикации, аналитические доклады, статистические данные, материалы законодательных и правоустанавливающих документов.

III. ТЕОРИЯ

Проблематика стабильного и пролонгированного во времени функционирования неэффективных институтов в активно реформируемых социально-экономических системах стран, особенно под влиянием нарастающей цифровизации, представляет серьезный интерес для представителей институционального направления экономической мысли. Отметим, что категориальный аппарат, используемый отечественными и зарубежными учеными для исследования проблем неэффективности институтов, достаточно разнообразен:

представители западной школы используют такие понятия, как QWERTY-эффект, эффект блокировки или (lock-in-effect) и зависимость от предшествующего (предыдущего) развития (path dependence);

представителями экономической мысли из стран СНГ более активно используется термин «институциональная ловушка» (institutional trap).

Рассмотрим более подробно каждое из упомянутых понятий. Впервые QWERTY-эффекты, которыми в современных научных публикациях принято называть устойчивые неэффективные нормы, правила и стандарты, сложившиеся исторически, был отмечен и изучен П. Дэвидом [1]. Он обратил внимание на то, что раскладка клавиатуры печатной машинки была создана без учета какой-либо системы, но эта норма настолько прижилась, что в дальнейшем ее изменение повлекло бы высокие трансакционные издержки. Более глубокое изучение этого эффекта привело к пониманию, что неэффективные нормы устойчиво функционируют во всех отраслях.

Последующие изыскания в этом направлении, но уже применительно к техническим инновациям, выявили зависимость их развития от предыдущего вектора эволюции, что в свою очередь определили как path dependence. И здесь уже речь идет о скорости, а скорее об инертности, институциональных трансформаций, которые обусловлены «прочными» рамками траектории предшествующего развития социума. П. Дэвид определил path dependence как: «Зависимость от предшествующего развития – это такая последовательность экономических изменений, при которой важное влияние на возможный результат могут оказать отдаленные события прошлого, причем скорее случайные события, чем систематические закономерности» [1].

Также следует обратить внимание и на труды Б. Артура [2, с.27], который, изучая зависимоть от предшествующей траектории развития, ввел понятие «lock-in» или, так называемый, эффект блокировки, характеризующий устойчивость сложившегося правила. Он полагает, что при выборе агентом из нескольких вариантов неэффективных норм, предпочтительной будет та, которая повлечет наименьшие издержки для системы.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Теория path dependence обрела несколько иную интерпретацию в трудах неоклассиков. Самыми оригинальными в данном аспекте стали труды С. Лейбовица и С. Маргулиса [3], в которых ученые предложили классификацию path dependence, состоящую из трех степеней.

Первая степень предполагает, что в момент принятия решения индивиды не владеют информацией о качестве выбора данной альтернативы развития. Осознание того, что выбор другой альтернативы развития принес бы большую выгоду, приходит позднее.

Вторая степень связана с наличием информационной неполноты.

Третья степень характеризуется ситуацией, при которой из всех имеющихся альтернатив индивид делает выбор в пользу менее эффективной альтернативы.

Д. Норт «эффектом блокировки» называет «способность институциональной матрицы к самоподдерживанию, что порождается зависимостью организаций от институциональных рамок, в которых они возникли, и последующим возникновением структур, сопутствующих данным организациям» [4, с. 23]. Российский экономист, последователь институционального направления, А.А. Аузан предлагает ситуацию path dependence переводить как «эффект колеи»: «По сути, это институциональная инерция, которая удерживает страну в определенной траектории» [5, с. 47].

Британский экономист А. Мэддисон [6], еще в 1964 году, впервые увидел закономерность движения разных государств по таким траекториям. Для этого он собрал в единую таблицу данные о ВВП на душу населения в разных странах мира за последние 200 лет. Ученые [7] из Московского государственного университета им. М.В.Ломоносова преобразовали данные таблиц Мэддисона в графики, на которых можно увидеть, что развитие стран мира осуществлялось по определенным траекториям, подразделившись на группы. Графики, построенные на основе статистических таблиц А. Мэддисона GDP per capita, представлены на рис. 1.

К первой группе относятся страны, которые на протяжении многих лет демонстрируют высокие результаты экономического развития.

Ко второй группе относятся страны, которые на протяжении многих лет стабильно развиваются по низкой траектории. К данной группе принадлежат страны с традиционными ценностями.

На нижнем левом графике отмечены страны, которые в XX веке сменили траекторию развития. В частности, это Япония, а также «азиатские тигры» – Сингапур, Гонконг, Южная Корея и Тайвань.

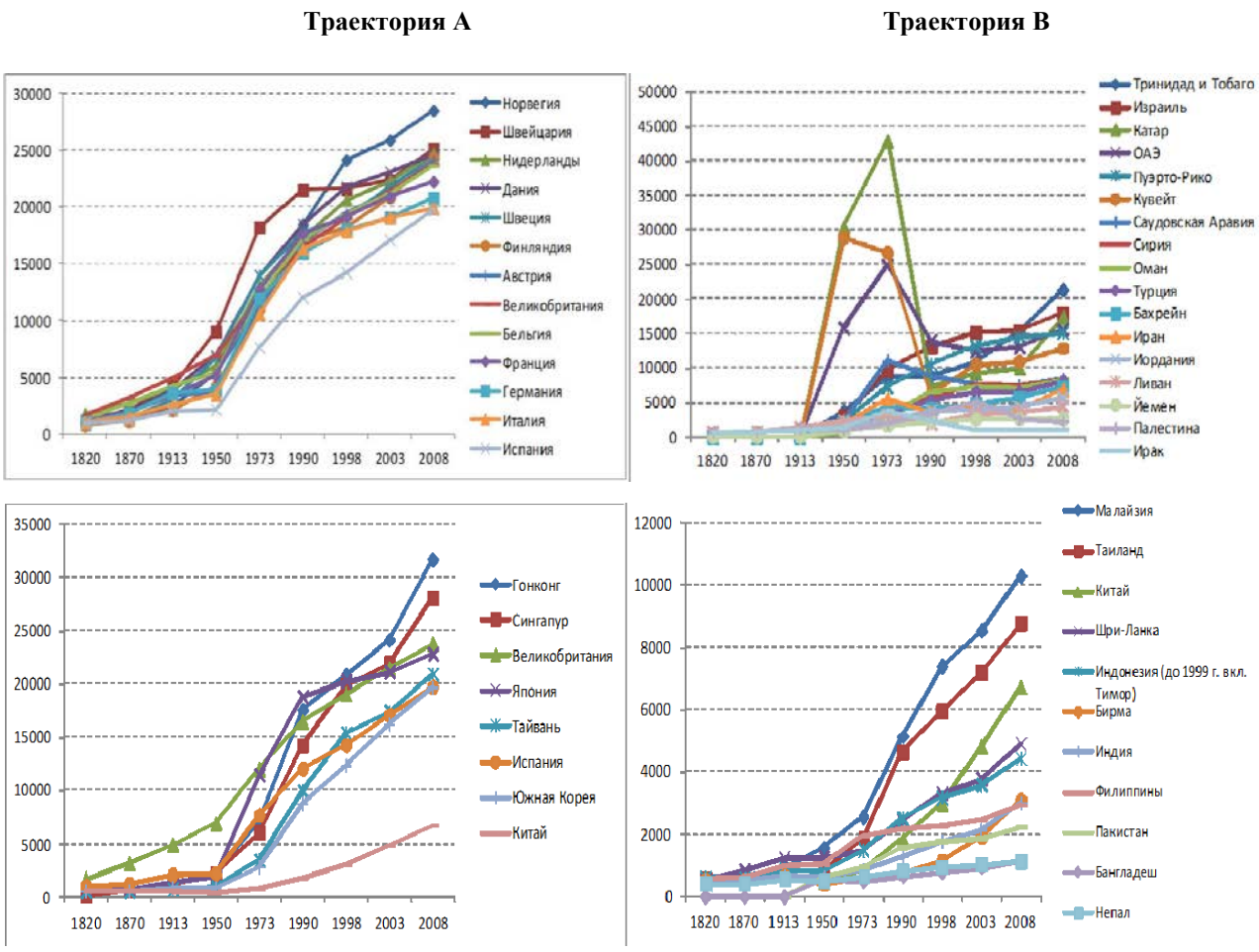


Рис. 1. Графики, построенные на основе статистических таблиц Мэддисона GDP per capita [7]

Наряду с этими группами стран существует еще одна группа, в которой страны пытаются трансформироваться из второй группы в первую. Такие страны (в том числе Россия) преодолели состояние традиционности, но так и не завершили процессы модернизации. Данный феномен А.А. Аузан называет «эффект колеи».

Институциональные ловушки российской экономики, формируемые в рамках «эффекта колеи», определены особенностями историко-цивилизационного развития, институциональными параметрами с соответствующим содержанием. Среди институциональных параметров выделим несколько блоков и кратко изложим их содержание.

1. Особенности страны и проводимые реформы: самое большое государство в мире по территории; сила и могущество; космическое и ядерное лидерство; многонациональность и мультикультурализм; рентный характер экономики; переход от административно-плановой к рыночной экономике; высокий уровень коррупции, бюрократизации и теневой экономики; интеграция традиционных и либерально-модернистских ценностей; богатство культурного наследия.

2. Антикоррупционные меры: создание антикоррупционных комитетов и комиссий при Правительстве и Федеральном собрании, централизованная система запретов и дозволений, внедрение единых стандартов.

3. Антибюрократические меры: внедрение цифровых инструментов в систему государственного управления (Госуслуги, как элемент электронного правительства).

4. Налогообложение: федеральные налоги и сборы, широкая база и высокие ставки налогообложения.

5. Система образования: внедрение неадаптированной к советскому типу западной модели образования (Болонский процесс); несогласованность запросов рынка труда и образовательных программ; низкий уровень престижности профессии преподавателя и научного работника; снижение качества инженерного и технического образования.

6. Инфорсмент и санкции: административные наказания (выговоры, увольнения, освобождения от занимаемой должности); денежные штрафы; лишение или ограничение свободы; материальные санкции в виде конфискация имущества.

7. Технический контроллинг: технические средства по обнаружению запрещенных предметов; камеры видеонаблюдения в местах массового скопления людей; устройства аудиовизуального контроля; сигнализация; биометрические технологии.

8. Неформальные институты: основная религия – православие; исторически сложившаяся развитая коррупционная составляющая; низкий уровень доверия в обществе; основные принципы, как негласные широко распространенные поведенческие нормы: коллективизм, патриотизм, гостеприимство, вера в моментальный успех, открытость, выносливость, непунктуальность, склонность к социальному иждивенчеству.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Учитывая вышеизложенное, отметим, что с целью поиска инструментов формирования эффективной и здоровой институциональной инфраструктуры, острой дискуссии и повышенному вниманию следует подвергнуть положение о том, что современные мирохозяйственные и внутригосударственные условия диктуют необходимость интенсифицировать усилия в области разработки и внедрения инструментов и методик, направленных на преодоление институциональных ловушек, образовавшихся и устойчиво функционирующих в социально-экономическом поле России. Серьезной методологической основой для этого может стать анализ успешных зарубежных практик нивелирования неэффективных институтов, с последующей адаптацией к российским реалиям с учетом «эффекта колеи», как сложившейся эволюционной траектории.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании изложенных в статье положений можно сделать выводы:

– «эффект колеи» в социально-экономическом развитии России проявился в образовании устойчивых институтов как эффективны, так и неэффективных, т.е. институциональных ловушек, что в свою очередь влияет на эффективность функционирования всех сфер, в том числе и производственной;

– для России наиболее сложными для преодоления институциональными ловушками можно считать: высокая степень формальности внедрения и применения инструментов нивелирования проявления коррупции, забюрократизированность инновационного развития, широкая база и высокие ставки налогообложения, снижающееся качество образования, несостоятельность государственного инсфорсмента в направлении создания эффективных институтов.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Работа выполнена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, в рамках научного проекта 20-010-00407 А.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дэвид П. Клио и экономическая теория QWERTY // Истоки: из опыта изучения экономики как структуры и процесса: альманах. Москва: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. Вып. 6. С. 139–150.

2. Arthur W. Brian. Increasing Returns and Path Dependence in the Economy. University of Michigan Press, 1994. 224 p.

3. Liebowitz S. J., Margolis S. E. Path Dependence, Lock-In, and History // Journal of Law, Economics and Organization. 1995. Vol. 11, no. 1. P. 205–226.

4. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики: моногр. М.: Фонд экон. кн. «Начала», 1997. 180 с.

5. Аузан А. А. Экономика всего. Как институты определяют нашу жизнь. 4-е изд. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 192 с.

6. Мэддисон Энгас. Контуры мировой экономики 1 - 2030 гг.: очерки по макроэкономической истории / пер. с англ. Ю. Каптуревского; под ред. О. Филаточевой. М.: Изд. Института Гайдара, 2012. 584 с.

7. Культурные факторы модернизации. URL: https://docplayer.ru/46696969-Kulturnye-faktory-modernizacii.html (дата обращения: 27.10.2022).

УДК 311.313

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ СРЕДНЕСПИСОЧНОЙ ЧИСЛЕННОСТИ РАБОТНИКОВ ОРГАНИЗАЦИЙ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Е. А. Перескокова, Н. С. Согрина

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

E. A. Pereskokova, N. S. Sogrina

Ural branch of Financial University under the Government of the Russian Federation,

Аннотация: Трудовые ресурсы концентрируют в себе потенциал экономики любого из мировых государств, чем и объясняется актуальность данной работы. Цель исследования – изучение различных аспектов динамики численности работников Челябинской области. В работе проведен анализ среднесписочной численности работников региона с 2018 по 2021 год, её корреляционно-регрессионный анализ и прогноз значений на ближайший период. В результате было выявлено постепенное снижение среднесписочной численности работников области вследствие внешних причин в виде пандемии COVID-19 и внутренних причин граждан. Выявлена весьма сильная зависимость изучаемого показателя от фактора величины прожиточного минимума. Из прогнозируемых значений наиболее близок к текущей статистике самый оптимистичный из сценариев развития среднесписочной численности работников.

Ключевые слова: среднесписочная численность работников, Челябинская область, корреляционно-регрессионный анализ, прогноз.

I. ВВЕДЕНИЕ

Современная наука имеет большое значение для всего человечества. Наиболее значимым свойством определенных наук является их практическая польза. Одной из таковых является экономическая статистика. Одним из основных её разделов является статистика рынка труда. Любое государство, в том числе и Россия, должно уделять внимание учёту трудовых ресурсов, поскольку именно в них заключен его экономический и производственный потенциал, от них зависит количество и качество произведенного в стране продукта. Этим объясняется актуальность данной работы. От определения актуальности можно перейти к формированию цели исследования. Таким образом, целью данной работы является изучение теоретических и практических аспектов анализа динамики среднесписочной численности работников Челябинской области.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Грамотно сформулированная цель любого исследования позволяет определить его основные задачи. Касаемо данной работы, цель в виде рассмотрения различных сторон динамики среднесписочной численности работников исследуемого региона позволяет определить следующие задачи:

а) анализ среднесписочной численности работников Челябинской области с 2018 по 2021 год;

б) проведение корреляционно-регрессионного анализа среднесписочной численности работников региона;

в) выявление на основе имеющихся показателей прогнозных значений среднесписочной численности работников организаций Челябинской области.

III. ТЕОРИЯ

Понятие трудовых ресурсов является ключевым в рамках обозреваемого вопроса. Ю.Н. Иванов формулирует следующее определение: «Трудовые ресурсы – это лица обоего пола, которые потенциально могли бы участвовать в производстве товаров и услуг» [1, с.116].

Любому предприятию необходимо вести учёт своих сотрудников. На сегодняшний день это можно сделать с помощью различных видов определения численности работников. Наиболее известной и распространённой из них является среднесписочная численность работников. Она находится как списочная численность за все дни месяца, делённая на число календарных дней месяца.

Практическое исследование данной темы в рамках упомянутого ранее региона можно осуществить при помощи данных сайта Федеральной службы государственной статистики по Челябинской области (Челябинскстата) в разделе «Рынок труда и занятость населения». Так, в таблице 1 представлены данные о среднесписочной численности работников в данном регионе в период с 2018 по 2021 год [2].

Таблица 1

Среднесписочная численность работников организаций Челябинской области в период с 2018 года по 2021 год, человек

Период	Среднесписочная численность работников организаций Челябинской области
1	2
2018 год	1056179
2019 год	1048113
2020 год	1023414
2021 год	1009782

Нагляднее изучить изменение данного показателя поможет рисунок 2, на котором представлена динамика изменения общей среднесписочной численности работников за рассматриваемый период в регионе, где горизонтальная ось – это время, а вертикальная – среднесписочная численность работников организаций Челябинской области, человек.

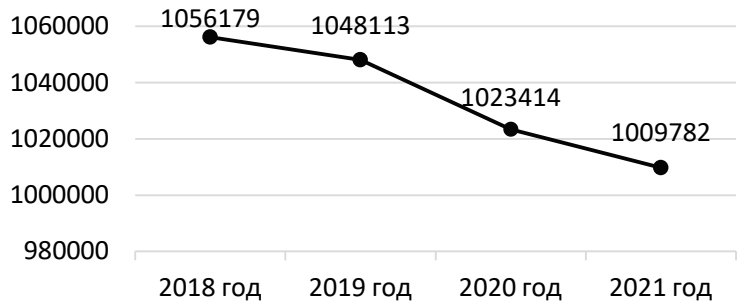


Рис. 1. Среднесписочная численность работников Челябинской области по полному кругу организаций с 2018 года по 2021 год

Согласно таблице 1 и рисунку 1, за четыре года изучаемый показатель снизился. К 2021 году среднесписочная численность работников уменьшилась на 46397 человек, или на 4.6%.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Имеющиеся данные позволяют провести корреляционно-регрессионный анализ среднесписочной численности работников в Челябинской области. За факторный признак X принят размер прожиточного минимума в регионе, с данными по которому также можно ознакомиться на сайте Челябинскстата. Имеющиеся данные сведены в таблицу 2, представленную ниже [2].

Таблица 2

Показатели, используемые при корреляционно-регрессионном анализе среднесписочной численности работников организаций Челябинской области

Период	Величина прожиточного минимума населения, руб. (X)	Среднесписочная численность работников организаций Челябинской области (Y)
1	2	3
2018 год	9495	1056179
2019 год	10150	1048113
2020 год	11083	1023414
2021 год	11430	1009782

На рисунке 2 представлена зависимость среднесписочной численности работников от величины прожиточного минимума. Горизонтальная ось представляет собой величину прожиточного минимума, вертикальная – среднесписочную численность. Непрерывной линией обозначена динамика среднесписочной численности, пунктирной – линия тренда.

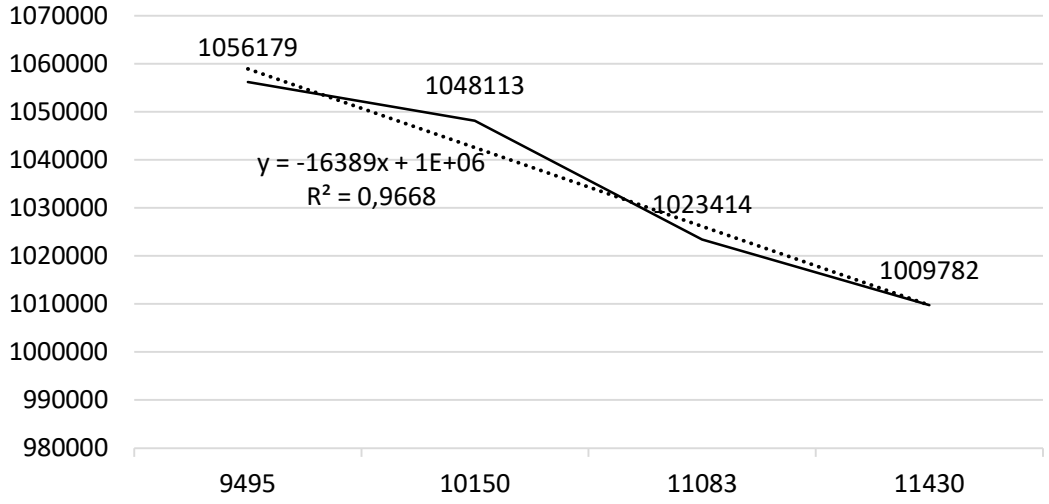
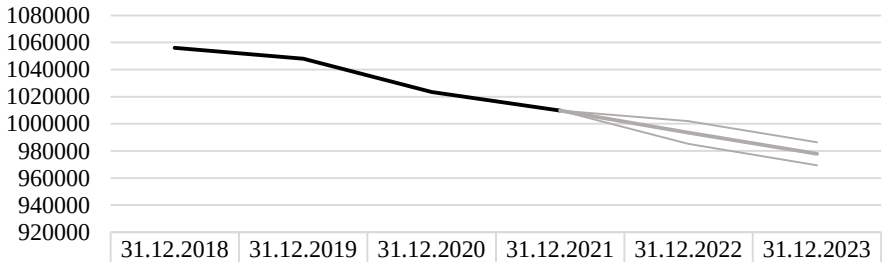


Рис. 2. Корреляционно-регрессионный анализ среднесписочной численности работников организаций Челябинской области

На основе проведённого анализа было получено уравнение регрессии и коэффициент R^2. Значение 0,9668, согласно шкале Чеддока, свидетельствует о наличии весьма высокой связи между явлениями.

С помощью инструмента Excel «Лист прогноза» можно составить предполагаемые значения среднесписочной численности работников в 2022 и 2023 году. На рисунке 3 представлен данный прогноз, где горизонтальная ось обозначает дату, а вертикальная – среднесписочную численность.



	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2022	31.12.2023
Значения	1056179	1048113	1023414	1009782		
Прогноз				1009782	993559,0622	977892,186
Привязка низкой вероятности				1009782	985222,91	969392,58
Привязка высокой вероятности				1009782	1001895,21	986391,79

Рис. 3. Прогноз среднесписочной численности
работников организаций Челябинской области на 2022 и 2023 год

Согласно данным рисунка 3, в 2022 году прогнозируется значение 993559 человек, а в 2023 году – 977892 человека. С привязкой низкой вероятности – 985223 человека в 2022 году и 969392 человека в 2023 году, а с низкой – 1001895 человек в 2022 году и 986392 человека в 2023 году.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Представленные на рисунке 1 изменения среднесписочной численности работников организаций Челябинской области объясняются рядом причин. Если явление уменьшения численности в 2020 году по сравнению с 2019 годом легко объяснить возникновением пандемии COVID-19 и вытекающими из нее последствиями (режим самоизоляции, рост смертности и прочее), то уменьшение показателей в 2019 году невозможно оправдать теми же причинами [3]. Следовательно, изменения связаны с тем, что всё больше людей в области теряет работу в силу внутренних причин (связанных с состоянием здоровья, утратой имеющихся навыков или их недостаточностью и прочими). В свою очередь, уменьшение среднесписочной численности в 2021 году объясняется не только последствиями пандемии и появлениями новых штаммов вируса, но и значительным ростом числа выбывших с работы граждан (по данным Челябинсктата, в 2020 году показатель составлял 201165 человек, а в 2021 году – 233559 человек) [2].

Вследствие проведённого корреляционно-регрессионного анализа среднесписочной численности работников региона было получено следующее уравнение регрессии: y = -16389x + 1E+06. Это значит, что при увеличении прожиточного минимума на 1 рубль среднесписочная численность работников Челябинской области будет уменьшаться на 16389 человек. Не имеющие работы граждане, ощущая поддержку от государства в виде увеличения прожиточного минимума, будут ожидать и от работодателя достойной оплаты за свой труд, что побудит их устроиться на постоянную работу и приведёт к росту числа трудовых ресурсов, и, как следствие, среднесписочной численности работников.

Сравнивая результаты прогноза, представленного на рисунке 3, с текущими показателями, можно сделать вывод о развитии сценария высокой вероятности: среднесписочная численность работников Челябинской области за январь-июнь 2022 года составила 1009237 человек [2]. Данный показатель наиболее приближен к значению самого оптимистичного варианта из прогнозируемых. Несовпадение текущих значений с прогнозируемыми объясняется рядом причин, которые программа Excel предусмотреть не могла: например, массовая вакцинация населения помогла увеличить коллективный иммунитет, что поспособствовало росту числа трудовых ресурсов и среднесписочной численности работников в целом. Также стоит отметить, что с 1 июня 2022 года в регионе вырос минимальный размер оплаты труда: теперь он равняется 15279 рублей в месяц, а с учётом районного коэффициента в 15% – 17570 рублей до вычета НДФЛ [4]. Поскольку в соответствии с российским законодательством работодатели не имеют права устанавливать заработную плату ниже данного значения, то это мотивирует незанятых граждан устроиться на работу, что положительно влияет на показатель среднесписочной численности работников.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Среднесписочная численность работников организаций Челябинской области в период с 2018 года по 2021 год уменьшилась на 46397 человек, или на 4.6%, что объясняется как внешними причинами (пандемией

COVID-19 и её последствиями), так и внутренними факторами (связанными с состоянием здоровья работников, утратой ими имеющихся навыков или их недостаточностью и прочими).

Корреляционно-регрессионный анализ данного показателя выявил весьма высокую степень её зависимости от фактора величины прожиточного минимума: с ростом значения прожиточного минимума на 1 рубль среднесписочная численность работников Челябинской области будет уменьшаться на 16389 человек. Это вызвано мотивацией граждан от фактора государственной поддержки устроиться на постоянную работу и иметь высокую заработную плату.

Инструмент Excel «Лист прогноза» позволил вывести три различных сценария изменения изучаемого показателя, однако наиболее приближённым к действительности из них является оптимистичный сценарий развития. Такое развитие событий может быть вызвано минимизацией последствий пандемии COVID-19, а также увеличением прожиточного минимума в Челябинской области.

БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: Согрина Наталья Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика, финансы и управление» Уральского филиала Финуниверситета.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Экономическая статистика / под ред. Ю. Н. Иванова. М.: Инфра-М, 2021. 584 с. URL: https://znanium.com/catalog/product/1663727 (дата обращения: 29.10.2022).

2. Официальная статистика. URL: https://chelstat.gks.ru/ofstatistics (дата обращения: 31.10.2022).

3. Согрина Н. С. Проблемы и современные тренды уровня жизни населения Челябинской области // Актуальные проблемы управления, экономики и финансов в контексте глобальных вызовов: сб. ст. по материалам XXVI Нац. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Челябинск, 2022. С. 48–58.

4. С 1 июня 2022 года в Челябинской области увеличен прожиточный минимум и минимальный размер оплаты труда. URL: https://git74.rostrud.gov.ru/news/1133257.html (дата обращения: 31.10.2022).

УДК 330.3

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМИРУЕМОЙ ЭКОНОМИКИ

Н. В. Пирская, Ю. В. Подповетная

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Уральский филиал), Челябинск, Российская Федерация

N. V. Pirskaya, Yu. V. Podpovetnaya

Financial University under the Government of the Russian Federation (Ural branch), Chelyabinsk, Russian Federation

Аннотация. В работе рассмотрены вопросы прогнозирования развития инвестиционной деятельности в Челябинской области, показаны основные теоретические аспекты инвестиционной деятельности, проведен анализ и дан прогноз по объему инвестиций в Челябинской области.

Методологическую основу работы составили статистический анализ, корреляционно-регрессионный анализ, синтез, сравнение, прогнозирование. Результаты работы указали на положительную тенденцию в сфере инвестиционной деятельности, выражающаяся в повышении объема капиталовложений, а также нацеленности на его дальнейший рост.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиции в основной капитал, инвестиционная деятельность.

I. ВВЕДЕНИЕ

Инвестиции – важная составляющая экономики любого государства. Они выполняют ряд функций по обеспечению средствами стратегически важных социально-экономических проектов, перераспределению капитала между различными сферами экономики, поддержанию уровня общественного производства, стимулирова-

нию научно-технических достижений, что подтверждает значимость инвестиционного процесса для экономического роста. Особую роль инвестиции играют в инновационном развитии, ведь инновации, направленные на улучшение промышленных процессов, совершенствование и создание новых технологий производства, являются одним из главных объектов инвестиций. Привлечение инвестиций позволяет решить целый комплекс экономических задач как для отдельной организации, так и для экономики в целом, поэтому можно утверждать, что инвестиции являются важным фактором, влияющим на эффективность функционирования финансово-кредитной системы. Вопрос объемов инвестиционной деятельности в условиях, когда экономика вынуждена подстраиваться под изменяющиеся условия мира, является довольно актуальным.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Выявлению направления развития различных процессов и явлений способствует статистика, поэтому важным аспектом при рассмотрении инвестиционной деятельности является ее статистическое изучение. Целью данной работы является рассмотрение теоретических аспектов инвестиционной деятельности, проведение анализа и прогнозирование данных инвестиционной деятельности в Челябинской области.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

- изучить понятие и рассмотреть классификацию инвестиций;
- ознакомиться с методами, применяемыми при статистическом изучении инвестиций;
- проанализировать статистические данные по объему инвестиций в Челябинской области;
- изучить тенденции развития инвестиционной деятельности в Челябинской области;
- спрогнозировать изменения показателей инвестиционной деятельности в Челябинской области.

III. ТЕОРИЯ

6. Понятие и классификация инвестиций

В соответствии с Федеральным законом «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25.02.1999 N 39-ФЗ, «инвестиции – это денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской или иной деятельности в целях получения прибыли или достижения иного полезного эффекта» [1]. Инвестиционная деятельность же подразумевает процесс вложения денежных средств и иных активов с целью извлечения прибыли.

Первостепенными для статистического анализа являются финансовые вложения, инвестиции в нефинансовые активы, иностранные инвестиции. Инвестиции в нефинансовые активы подразделяются на вложения в основной капитал и в непроизведенные нефинансовые активы. Структура инвестиций в основной капитал состоит из вложений в здания и сооружения, машины и оборудования, транспортные средства, объекты интеллектуальной собственности (научные исследования, программное обеспечение, произведения литературы и т.п.). Под вложениями в непроизведенные нефинансовые активы понимаются затраты на объекты природопользования, покупка земельных участков, заключение договоров аренды, приобретение деловой репутации и связей. Финансовые вложения – это покупка различных ценных бумаг (государственных, муниципальных, ценных бумаги организаций).

7. Методы статистического изучения инвестиций

При статистическом изучении инвестиций часто применяются общетеоретические методы статистики. В ходе исследовании того или иного явления применяется метод статистического наблюдения, заключающийся в сборе информации об изучаемом объекте. После сводки и группировки результатов наблюдения проводится расчет аналитических показателей, с помощью которых проводится анализ уровня и структуры явлений, выявляются тенденции их развития, их взаимосвязь и соотношение, что позволяет сделать прогноз развития события.

Существуют абсолютные и относительные статистические показатели. Абсолютные показывают количество, размеры изучаемого объекта. Они необходимы для исчисления относительных показателей, на основе которых проводится анализ исследуемого явления и прогноз его развития. Выделяют такие относительные показатели, как относительная величина плана, величина выполнения плана, величины динамики, структуры, интенсивности. К показателям, являющимися ключевыми применительно к статистическому анализу инвестиций и применяемыми в данной работе, относятся величины динамики и структуры. Относительная величина динамики показывает изменение масштабов развития явления во времени. Иное название показателя – темп роста. Рассчитывается делением фактического размера показателя в текущем периоде на достигнутый уровень базисного. Относительная величина структуры описывает составляющие изучаемого явления. Она показывает удельный вес элементов объекта. Вычисляется делением части совокупности на совокупность в целом.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

1. Тенденции развития инвестиционной деятельности в Челябинской области

Основным показателем при статистическом изучении инвестиционной деятельности являются инвестиции в нефинансовые активы, в общем объеме которых вложения в основной капитал занимают наибольшую долю, поэтому для анализа были взяты данные по этой составляющей. Обратившись к данным Челябинскстата по объему инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности, для анализа были взяты те виды деятельности, удельный вес которых является наибольшим в общей величине инвестиций в основной капитал. Информация по вышесказанному аспекту представлена в виде диаграммы на рисунке 1 [2] [3].

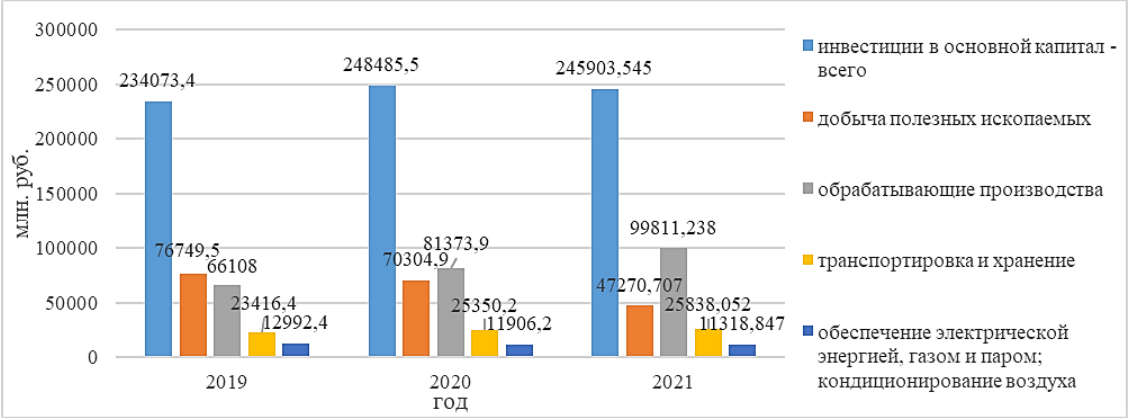


Рис. 1. Динамика инвестиций в основной капитал в Челябинской области за 2019 - 2021 годы

На основе данных рисунка 1, можно определить, что в общем объем инвестиций в основной капитал за период с 2019 по 2021 год лидировали инвестиции в добычу полезных ископаемых и обрабатывающие производства, причем если инвестиции в ДПИ постепенно уменьшались в течение трех лет, то в области обрабатывающего производства, напротив, увеличивались. Размеры инвестиций в основной капитал увеличились незначительно, так как заметно уменьшился объем вложений в ДПИ и в обеспечение электрической энергией, газом и паром, кондиционирование воздуха.

2. Прогноз развития инвестиционной деятельности в Челябинской области

Инвестиционная деятельность зависит от ряда факторов. К ним относятся ВВП, уровень доходов населения, инфляция, объемы производства промышленной продукции, ситуация в денежно-кредитной, финансовой, налоговой системах страны. Наиболее очевидным и в наибольшей степени сказывающимся на объемах инвестиций представляется показатель среднедушевых денежных доходов, данные о которых представлены в таблице 1 [4] [5].

Таблица 1

Среднедушевые доходы и инвестиции за 2019-2021 годы

Показатель	2019	2020	2021
Среднедушевые доходы населения в год, руб.	305188,8	319766,4	350844
Инвестиции в основной капитал на душу населения, руб.	86683	93267	92627

На основе данных таблицы 2 можно отметить, что среднедушевые доходы увеличивалась на протяжении всего анализируемого периода, как и объем инвестиций, что говорит о прямой зависимости между этими показателями. Уровень доходов населения увеличился на 14,95%, а прирост инвестиций принял значение 6,86%.

В целях выявления степени зависимости между показателями среднедушевых доходов населения и величины инвестиций в основной капитал, определения тенденции развития и прогнозирования инвестиционной деятельности в Челябинской области, были взяты данные вышеуказанных показателей за период с 2015 по 2021 год, в рамках исследования был проведен корреляционно-регрессионный анализ. Графически некоторые результаты анализа представлены на рисунке 2.

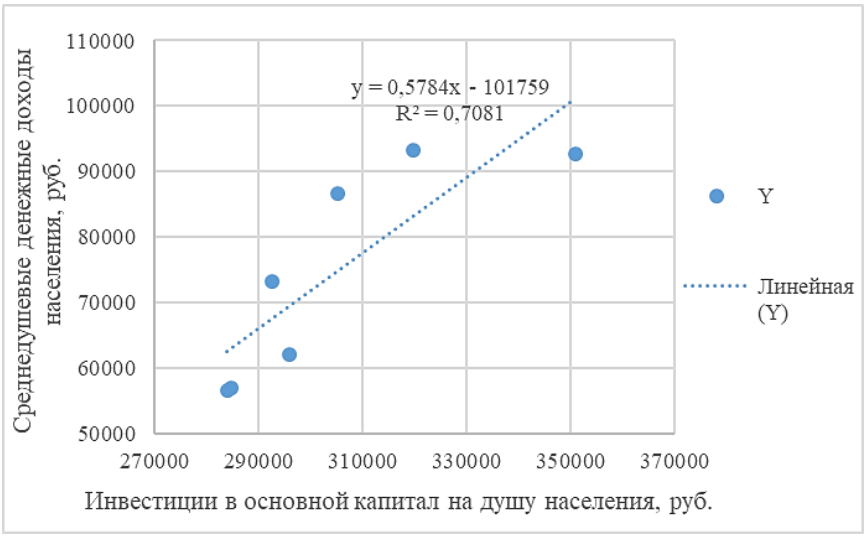


Рис. 2. График корреляционно-регрессионного анализа влияния уровня доходов на объем инвестиций

R-квадрат, показывающий степень связи между изучаемыми факторами, равняется 0,708, что означает, что объем инвестиций на 70,8% зависит от уровня денежных доходов населения. Коэффициент Y-пересечения, характеризующий зависимость инвестиций от других, неописанных в модели факторов, принял отрицательное значение, что может свидетельствовать о малой степени влияния других факторов на объем инвестиций. Коэффициент переменной X1 указывает на то, что величина доходов влияет на объем инвестиций с весом 0,578. Достоверность по уровню значимости критерия Фишера (Значимость F) равняется 0,0176 (что значительно меньше 0,05), значит, модель значима.

Графическое представление анализа позволяет заметить прямую зависимость между факторами: чем выше доходы населения, тем выше инвестиции в основной капитал. В целях изучения динамики и направления развития вышеуказанных факторов, был составлен график, отражающий данные по ним за период с 2015 по 2021 год, представленный на рисунке 3.

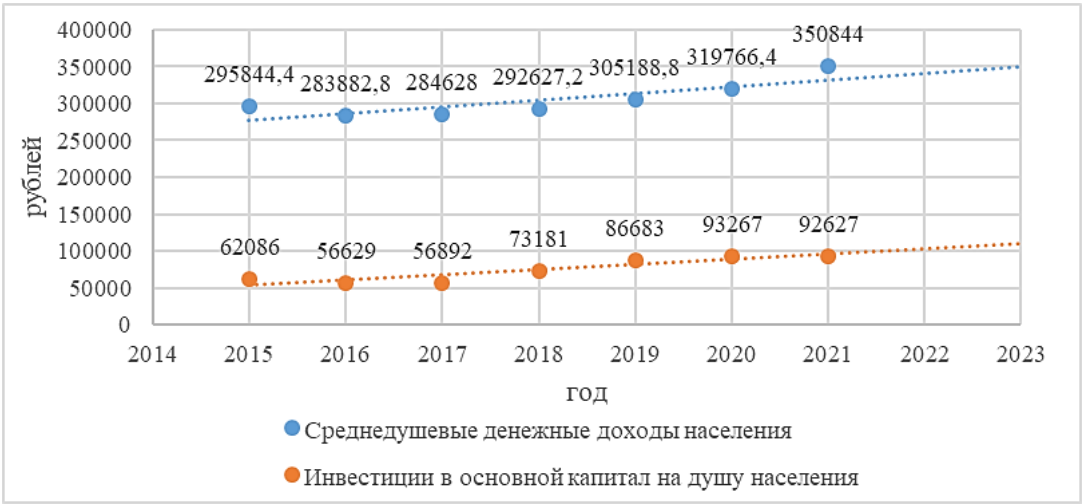


Рис. 3. График величины доходов населения и инвестиций в Челябинской области

На основе данных рисунка 3 можно отметить, что тенденция развития величины доходов и инвестиций положительная. Следует обратить внимание на то, что линии тренда продлены до 2023 года и демонстрируют прогноз изменения величины доходов и инвестиций. Как видно из рисунка, прогноз заключается в сохранении положительной тенденции динамики показателей. Для выявления приблизительных данных объема инвестиций в основной капитал была использована функция прогноза в программе Excel, результаты прогноза представлены в таблице 2.

Таблица 2

Прогноз динамики объема инвестиций в основной капитал до 2024 года

Показатель	2022	2023	2024
Прогноз	100323,85	107265,54	114207,23
Привязка низкой вероятности	85466,36	87266,89	90133,49
Привязка высокой вероятности	115181,34	127264,19	138280,97

Прогнозные данные, указанные в таблице 2, указывают на постепенный рост объема инвестиций в основной капитал в Челябинской области. Также в прогнозе отражены данные, которые имеют место быть при возникновении отрицательных и положительных факторов, влияющих на инвестиционную деятельность.

Таким образом, выполнив корреляционно-регрессионный анализ, построив графики по результатам анализа и проведя прогноз показателей объема инвестиций, можно сделать вывод о том, что сложившаяся тенденция к повышению величины инвестиций в Челябинской области сохранится в среднесрочной перспективе. Кроме того, уровень доходов населения также, вероятно, увеличится, что указывает на улучшение экономической ситуации в регионе.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Изучив данные по основному показателю инвестиционной деятельности – объема инвестиций в основной капитал, следует отметить, что наибольший прирост инвестиций наблюдается в сфере обрабатывающих производств (50,98%). В целом размеры инвестиций в основной капитал увеличились, однако, лишь на 5,05%, ввиду уменьшения вложений в ДПИ (-38,41%) и в обеспечение электрической энергией, газом и паром, кондиционирование воздуха (-12,88%). Эту особенность можно объяснить тем, что в 2020 году на фоне распространившейся коронавирусной инфекции, введением режима самоизоляции и ухудшением экономической ситуации в стране, сбережения населения и организаций уменьшились, что затруднило возможность инвестирования. Также инвестиционная активность могла снизиться ввиду опасений населения и организаций осуществлять капиталовложения в кризисный период.

Пандемия коронавирусной инфекции, однако, не оказала сильного эффекта на инвестиционную деятельность в целом, а также на объем денежных доходов, о чем свидетельствуют приведенные выше статистические данные (доходы населения увеличился на 14,95%, объем инвестиций – на 6,86%). Такие результаты можно связать с грамотной антикризисной политикой государства в кризисный период. Государственная поддержка, направленная на стабилизацию экономики и уровня жизни населения в условиях широкого распространения вируса COVID-19 в виде предоставления льготной ипотеки, объявления кредитных каникул, выплаты пособий незащищенным слоям населения положительно сказалась на социально-экономических показателях и предотвратила падение объема инвестиций.

Результаты корреляционно-регрессионного анализа подтвердили существенную связь между уровнем доходов населения и объемом инвестиций, а также позволили выявить положительную тенденцию развития инвестиционной деятельности в регионе и получить первичный прогноз ее динамики, состоящий в продолжении увеличения объема инвестиций в основной капитал. По результатам прогноза удалось определить возможные показатели величины инвестиций до 2024 года. Все это свидетельствует о складывающемся в Челябинской области благоприятном инвестиционном климате и нацеленности на достижение одной из целей социально-экономического развития региона, заключающейся в значительном увеличении объема инвестиций в основной капитал.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в результате изучения теоретических аспектов статистического изучения инвестиций, рассмотрения статистических данных и выявления тенденций динамики инвестиций была достигнута цель данной работы – анализ и прогнозирование инвестиционной деятельности в Челябинской области.

Анализ данных по инвестициям показал стабильный рост инвестиций в основной капитал за последние три года, что можно объяснить грамотной политикой государства в сфере поддержания достойного уровня жизни населения в связи с распространением вируса COVID-19 и введением ограничительных мер, оказывающими негативное воздействие на экономическую ситуацию в стране.

В целом наблюдается положительная тенденция в сфере инвестиционной деятельности, выражающаяся в повышении объема капиталовложений. Эту тенденцию необходимо сохранить и продолжить, ведь инвестиции являются важной составляющей экономического развития региона и страны в целом. Высший законодательный орган Челябинской области – Законодательное Собрание – ставит вышеизложенное в качестве задачи,

закрепляемой в Постановлении от 31 января 2019 года N 1748 «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Челябинской области на период до 2035 года».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений: Федер. закон от 25 февр. 1999 г. № 39-ФЗ. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22142/?ysclid=lb6fzdwy4d410167627 (дата обращения: 18.10.2022).

2. Инвестиции в основной капитал в Челябинской области по видам экономической деятельности. URL: https://chelstat.gks.ru/storage/mediabank/Invest-okved_2017-2020_2.pdf (дата обращения: 18.10.2022).

3. Инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности по городским округам и муниципальным районам Челябинской области за 2021 год. URL: https://chelstat.gks.ru/storage/mediabank/mun_okved_2021.pdf (дата обращения: 18.10.2022).

4. Инвестиции в основной капитал на душу населения по субъектам Российской Федерации. URL: https://docs.yandex.ru/docs/view?url=ya-browser%3A%2F%2F4DT1uXEPRrJRXlUFoewruLB9lD_ftQsQ6JcAlz5C6W7DIAia05kXC9Ap-uSgee_TAtRtl5nKFqUNRP6BxPz2VTDFF4S5tgBqFyRdyyyQnfEe4aWCIbSzmn1CmClNoCrI2JO19QOAAsWeUtnLOE2ZPQ%3D%3D%3Fsign%3DAfpmaTQfkyK3mo3SQFqdpjnWvd6TEqJRG4PWELpXrVI%3D&name=invest_dusha.xlsx&nosw=1 (дата обращения: 20.10.2022).

5. Основные социально-экономические индикаторы уровня жизни населения Челябинской области. URL: https://chelstat.gks.ru/storage/mediabank/Индикаторы%2023.05.2022_3.pdf (дата обращения: 20.10.2022).

УДК 351.712

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В СФЕРЕ ЗАКУПОК

С. В. Породина, С. Н. Яшин

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия

S. V. Porodina, S. N. Yashin

Lobachevsky state university of Nizhny Novgorod

Аннотация. Региональные информационные системы, являясь основными компонентами единой информационной системы в сфере государственных и муниципальных закупок, выполняют важнейшие задачи по повышению эффективности работы заказчиков и участников закупок в рамках отдельно взятого региона. В статье представлен сравнительный анализ информационных систем различных субъектов Российской Федерации. Выделены особенности функционирования и регулирования региональных информационных систем в России. Сделан вывод о необходимости совершенствования информационных систем регионов.

Ключевые слова: региональная информационная система, государственные и муниципальные закупки, контрактная система, единая информационная система.

I. ВВЕДЕНИЕ

Сфера закупок товаров и услуг для удовлетворения государственных и муниципальных нужд – область, в которой упорядоченное поведение экономических агентов выступает важнейшим фактором формирования эффективной конкурентной среды и функционирования рынков, способствующим росту благосостояния как потребителей, так и производителей в стране. Развитие информационных технологий и переход к использованию различных цифровых сервисов в экономике и государственном и муниципальном управлении существенно актуализировали роль, значение и обновление информационных систем, включая региональные информационные системы (РИС) в сфере закупок, что, в свою очередь, способствовало более эффективному взаимодействию между участниками контрактной системы [1].

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью статьи является описание теоретических и правовых основ функционирования РИС, исследование сравнительных характеристик информационных систем субъектов Российской Федерации, изучение особенностей их взаимодействия с единой информационной системой (ЕИС) и между собой, определение перспектив развития РИС в условиях применения цифровых сервисов и технологий.

Поставленная цель предусматривает решение следующих задач: изучение нормативно-правовой базы, регулирующей функционирование единой информационной системы и информационных систем регионов; выделение критериев сравнения РИС; определение общих признаков РИС с иными государственными информационными системами и ее отличительных особенностей; проведение сравнительного анализа информационных систем субъектов РФ; разработка предложений по совершенствованию правил функционирования региональных информационных систем.

III. ТЕОРИЯ

Согласно п.1. ст.3 №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013, который составляет основу законодательства о контрактной системе, под контрактной системой в сфере закупок понимается совокупность участников контрактной системы в сфере закупок и осуществляемых ими, в соответствии с законодательством Российской Федерации и иными нормативно-правовыми актами действий, направленных на обеспечение государственных и муниципальных нужд [4].

Для выстраивания понятной, четкой и результативной системы взаимодействия между участниками контрактной системы на основе официального сайта размещения закупок, функционировавшего с 2001 до 2014 года, в 2014 году была создана Единая информационная система (ЕИС), представляющая собой совокупность:

- информации о закупках для удовлетворения государственных или муниципальных нужд;
- технических средств и информационных технологий, предназначенных для формирования, обработки и хранения указанных выше сведений.

ЕИС – это федеральный ресурс, на котором государственные и муниципальные заказчики всей страны в обязательном порядке размещают всю информацию о закупках: извещения, планы-графики, проекты контрактов и другую документацию, которую, в свою очередь, могут найти участники закупок и другие специалисты и заинтересованные лица. Вся информация является доступной (исключая ту, что содержит гостайну), бесплатной и достоверной [2].

Региональная информационная система (РИС) – это база данных, онлайн-ресурс, предназначенный для размещения информации и документации по закупкам конкретного региона или муниципального образования. Высшие исполнительные органы государственной власти субъектов Российской Федерации и органы местного самоуправления определяют порядок функционирования и использования региональных и муниципальных информационных систем в сфере закупок, но единые требования устанавливает Правительство Российской Федерации.

Субъекты Российской Федерации и муниципальные образования имеют возможность создавать региональные и муниципальные информационные системы в сфере закупок, объединенные с ЕИС. Создание РИС является правом, а не обязанностью субъекта РФ или муниципального образования.

Если ранее действовавшая практика позволяла каждому региону создавать свою независимую информационную площадку, то сейчас ЕИС предусматривает интегрированное взаимодействие с такими системами. То есть, даже если участник контрактной системы выкладывает информацию в РИС, она также попадает в ЕИС. Это позволяет участникам закупок находить всю информацию в одном месте. Создание информационных систем в сфере закупок, не интегрированных с единой информационной системой, не допускается.

Интеграция возможна через:

- обязательную и гарантированную передачу, а также размещение закупочной документации и сведений в ЕИС;
- использование ресурсов ЕИС;
- установление общих технологических и языковых требований к публикуемым данным;
- дублирования информации о госзакупках на официальном сайте www.zakupki.gov.ru.

Региональные информационные системы содержат документы и информацию, которую в обязательном порядке подписывают усиленной ЭЦП. Функционал РИС обеспечивает бесплатный и круглосуточный доступ

участникам контрактной системы и иным пользователям. При несоответствии данных закон о контрактной системе отдает приоритет ЕИС.

Программное обеспечение информационных систем регионов должно: давать возможность изучить историю перемещений и изменений документов с фиксацией точного времени операций; обеспечивать доступ, полноту размещаемой информации и устойчивую работоспособность при ошибках пользователей; регистрировать время публикации данных; создавать резервные копии [3].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

По результатам проведенного исследования во всех регионах Российской Федерации созданы региональные информационные системы в сфере закупок (исключение составляют вновь присоединенные субъекты РФ – Донецкая Народная Республика (ДНР), Луганская Народная Республика (ЛНР), Запорожская область, Херсонская область).

Сравнительный анализ информационных систем регионов осуществлялся по следующим критериям:

- современный дизайн (внешний вид РИС);
- удобство и простота использования;
- содержание сайта (информационное наполнение основных блоков: закупки, планирование, нормативно-правовая база, методические рекомендации и т.д.);
- наличие интерактивной карты закупок/аналитических материалов;
- организация навигационной панели;
- версия для слабовидящих;
- наличие официального сайта РИС.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

К субъектам РФ, в которых функционируют РИС, максимально отвечающие установленным критериям, относятся: г. Москва, Московская область, г. Санкт-Петербург, Республика Карелия, Краснодарский край, Ставропольский край, г. Севастополь, Республика Саха (Якутия), Оренбургская область, Республика Башкортостан, Алтайский край, Новосибирская область, Омская область, Забайкальский край, что составляет 16% от общего числа регионов.

Наибольший удельный вес РИС, соответствующим рассматриваемым показателям, представлен в Сибирском Федеральном округе.

РИС, доступ к полной информации в которых предоставляется исключительно пользователям информации, прошедшим авторизацию в единой системе идентификации и аутентификации, составляют 6% от общего количества информационных систем регионов в сфере закупок в России.

Информационное наполнение основных блоков информационных систем по всем субъектам РФ соответствует минимальным требованиям: представлены разделы по закупкам, планированию, нормативно-правовой, методической и справочной информации.

Аналитические обзоры по осуществляемым в регионе государственным и муниципальным закупкам размещаются в 24% РИС, интерактивные карты представлены в 12% информационных систем субъектов РФ.

В соответствии с Федеральный закон от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» все информационные системы регионов содержат достоверную и актуальную информацию; предоставляют доступ к информации, которая содержится в РИС (в 94% РИС без предварительной регистрации); защищают информационные данные от незаконных доступа, уничтожения, модифицирования, блокирования, копирования, распространения и иных неправомерных действий.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основная задача информационных систем регионов – оптимизация закупочной деятельности участников контрактной системы в отдельном регионе или муниципальном образовании. Функционируя в определенных границах, РИС конкретного субъекта РФ позволяет поставщикам, подрядчикам, исполнителям более результативно искать заказчиков, а заказчикам – эффективнее взаимодействовать с участниками закупок и полностью удовлетворять потребности в определенных товарах, работах и услугах.

В качестве важнейших направлений совершенствования функционирования региональных информационных систем можно выделить унификацию форматов РИС, но с учетом идентификационных особенностей субъекта РФ, усиление межрегионального взаимодействия, особенно в границах одного федерального округа, а также упрощение правил работы с РИС для всех участников контрактной системы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андреева Л. В. Правовой режим функционирования единой информационной системы в сфере государственных и муниципальных закупок // Актуальные проблемы российского права. 2020. Т. 15, № 8. С. 136–145.

2. Гафурова Г. Т. Управление государственными (муниципальными) закупками: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2022. 331 с.

3. Иванов В. В., Григ И. И. Механизмы управления государственными закупками: моногр. М.: ИНФРА-М, 2020. 207 с.

4. КонсультантПлюс: сайт. URL: http://www.consultant.ru/ (дата обращения: 14.10.2022).

УДК 336.763

ПРИЧИНЫ РЕЗКОГО ИЗМЕНЕНИЯ КОЛИЧЕСТВА ИНВЕСТОРОВ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

А. А. Прибытько

Горно-Алтайский государственный университет, г. Горно-Алтайск, Россия

A. A. Pribytko

Gorno-Altaisk State University, Gorno-Altaisk, Russia

Аннотация. В работе рассмотрены проблемы резкого увеличения доли российских граждан на рынке ценных бумаг в период пандемии COVID-19. Выявлены причины влияния коронавирусной инфекции на интерес инвесторов к фондовому рынку. Даны рекомендации по работе с рынком ценных бумаг. В работе использовались такие методы исследования, как наблюдение и сбор фактов, анализ и синтез, а также систематизация статистико-экономический информации по теме исследования.

Ключевые слова: акции, инвесторы, пандемия, фондовый рынок.

I. ВВЕДЕНИЕ

В современном мире инвестиции включают все виды ценностей, которые вкладываются в объекты предпринимательской и других видов деятельности с целью получения прибыли или для достижения положительного социального эффекта. В качестве инвестируемых ценностей может использоваться все, что имеет определенную ценность на определенный момент времени: денежные средства, банковские вклады, акции, паи и другие ценные бумаги, кредиты, движимое и недвижимое имущество, имущественные права, интеллектуальные ценности, научные разработки, патенты и т.д.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Выявить, что подтолкнуло людей в период пандемии COVID-19 к инвестированию в ценные бумаги.

III. ТЕОРИЯ

Субъектами инвестиционной деятельности выступают инвесторы. Инвестор – главный субъект инвестиционной деятельности, его основным отличительным признаком является наличие денежных ресурсов, имущества или интеллектуального товара, или возможность привлечь таковые, которые он готов предоставить потребителю инвестиций.

Ожидания инвестора сосредотачиваются на доходах, получаемых им от деятельности объекта инвестирования. [1, С. 178].

Объекты инвестиционной деятельности – это любые активы, выраженные в материальной или нематериальной форме и способные удовлетворить запросы инвестора.

Одними из наиболее распространенных ценных бумаг на фондовом рынке являются акции.

Акция — это бессрочная долевая ценная бумага, которая выдается инвестору в обмен на получение от него денежные средства и удостоверяет его права как совладельца имущества и будущей прибыли акционерно-

го общества. Данные ценные бумаги выпускают эмитенты. Ими могут быть коммерческие и производственные структуры, а также банки.

В зависимости от объема прав акции принято делятся на два вида: привилегированные и обыкновенные.

Привилегированные акции. В большинстве случаев, их владельцами являются члены совета директоров, которые помимо возможности в управлении предприятием при наличии обыкновенных акций гарантируют себе определенный доход.

Обыкновенные акции. Они уже являются наиболее распространенными и размеры дивидендов зависят от прибыли компании. Решения об их выплате принимаются на общем собрании акционеров. [2, С. 60].

Для инвестора покупка акций соединена со следующими эффектами:

Положительные:

– Получение доли имущества фирмы;

– Возможность извлекать доход в виде дивидендов за счет повышения курса данной ценной бумаги;

– Получение права управления фирмой и контроля за ее деятельностью. Отрицательные:

– Сопровождаются высокими рисками;

– Необходимы дополнительные затраты на брокерские услуги.

Так, в II квартале 2020 г. экономика России столкнулась с масштабными ограничениями, которые были введены по причине пандемии.

Финансовый сектор в целом сумел быстро адаптироваться к ним. Введение периода нерабочих дней, а также запрет на работу офисов финансовых организаций в отдельных регионах были компенсированы оперативным переводом сотрудников на удаленную работу и возможностями дистанционного обслуживания потребителей.

В сложившихся условиях ставки по банковским вкладам снижались, а на фондовом и валютном рынках наблюдалась повышенная волатильность (изменчивость). Розничные инвесторы стали проявлять повышенный интерес к акциям в надежде на получение быстрого дохода.

В то время был виден огромный интерес инвесторов к фондовому рынку. На 30.09. 2020 года всего открыто более 7,6 млн брокерских счетов, из которых 3,4 млн. инвесторы открыли в 2020 году.

С января по сентябрь 2020 года активы на инвесторов в совокупности увеличились на 1,8 трлн. рублей. При этом активы юридических лиц возросли на 0,6 трлн руб., а физических лиц — на 1,2 трлн рублей. [3].

Важно, что сейчас, благодаря системам удаленной идентификации и мобильным приложениям, граждане всех регионов Российской Федерации имеют одинаковый доступ и возможность для инвестирования. Однако, нужно помнить, что инвестиции всегда связаны с риском, поэтому необходимо заранее определить для себя комфортный уровень риска и дальше его придерживаться.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Таким образом, снижение доходности по банковским вкладам подтолкнуло людей к поиску потенциально более прибыльных инвестиционных инструментов. Эти действия объясняются увеличением доли российских граждан, которые считают невыгодным хранить свои денежные средства на счете в банке и отдают предпочтение иным формам сбережений.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В результате наблюдалось резкое увеличение интереса российского населения к приобретению ценных бумаг через инвестиционных посредников. Помимо снижения ставок по банковским вкладам этому способствовал дистанционный формат работы и вынужденной самоизоляции, а также упрощение процесса покупки таких инструментов за счет цифровизации продаж, развития мобильных приложений, возможностей и функционалов личных кабинетов.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В 2020 году сделан важный шаг по направлению к цифровизации взаимодействия Банка России с рыночными субъектами — запущена электронная регистрация выпусков и проспектов ценных бумаг. Также, в этом году расширились возможности для быстрого и простого создания акционерного общества. Более 95% первичных выпусков акций созданных в 2020 году акционерных обществ зарегистрировано по этой схеме. Это подтверждает своевременность и востребованность новых правил.

Пандемия привела к существенному увеличению спроса на дистанционные финансовые услуги, а также усилила тренд на объединение всех возможных сервисов на одной платформе. Это не только дало дополни-

тельный толчок развитию финансовых технологий, но и способствовало усилению рыночной власти крупнейших участников рынка с продвинутой технологической инфраструктурой и их переходу к новым экосистемам.

Инвестиционная стратегия индивидуальна для каждого инвестора. В случае желания максимизации прибыли необходимо понимать, что высокая потенциальная доходность несет высокий риск потерять деньги, поэтому в наиболее рискованные активы нужно инвестировать осторожно, с готовностью потерять сумму на уровне ожидаемого дохода.

Решение о покупке акций всегда необходимо взвешивать. Важно инвестировать средства правильно: оценивать риски и финансовую выгоду сделки, а также учитывать как положительные, так и отрицательные стороны при приобретении ценной бумаги какой-либо фирмы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Афонин И. В. Управление развитием предприятия. Стратегический менеджмент, инновации, инвестиции, цены: учеб. пособие. М.: Дашков и Ко, 2018. 380 с.

2. Рынок ценных бумаг: учеб. / под ред. В. А. Галанова, А. И. Басова. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2006. 448 с.

3. Центральный банк Российской Федерации: офиц. сайт. URL: https://cbr.ru/ (дата обращения: 19.06.2022).

УДК 339.1

РОЛЬ РЕКЛАМЫ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАИНДУСТРИИ

Н. В. Рубцова

ФГБОУ ВО Байкальский государственный университет, Иркутск, Россия

N. V. Rubtsova

Baikal State University, Irkutsk, Russia

Аннотация. В статье показана возрастающая значимость медиаиндустрии как ключевой сферы экономической деятельности большинства государств и мировой экономики. Медиаиндустрия объединяет в себе различные сегменты рынка развлечений и медиа (СМИ), однако определяющую роль в ее развитии играет реклама во всех ее проявлениях. Определены тренды трансформации современной медиаиндустрии под воздействием отрасли рекламы. Результаты исследования свидетельствуют, что рекламная отрасль является одним из ключевых секторов современной медиаиндустрии, при это активное развитие в последние годы получили цифровые рекламные технологии и дижитал-реклама. Важным трендом будущего развития рекламной отрасли является и комплементарное использование электронной коммерции и цифровой рекламы. При этом, по мнению экспертов, в дальнейшем роль рекламной отрасли в сфере медиаиндустрии станет еще более значимой.

Ключевые слова: медиа, медиаиндустрия, реклама, СМИ, развитие.

I. ВВЕДЕНИЕ

Огромную роль в становлении и развитии современного общества и экономики играет информация, которая становится одним из главных ресурсов, определяющим перспективы дальнейшего развития. В сложившихся условиях возрастает значимость медиаиндустрии как ключевой сферы экономической деятельности большинства государств и мировой экономики в целом. Уже сегодня без медиаиндустрии невозможно представить культурное и образовательное развитие общества, а большинство инноваций, применяемых в ней являются наиболее востребованными. Именно высокий спрос на инновационные технологии, многие из которых способствуют значительному притоку новых пользователей, является одной из важных особенностей медиаиндустрии и объясняет высокие темпы её развития.

В медиаиндустрии объединились множество различных направлений и отраслей экономики, сформировав среду, в которой эффективно сочетаются их сильные стороны. Развитие медиаиндустрии обеспечивается эффективным взаимодействием маркетинговых технологий, возможностей сети Интернет, СМИ, обладающих

большим влиянием на общество, цифровых площадок. Кроме того, воздействие оказывают радио и телевидение. Таким образом, можно уверенно утверждать, что сегодня медиаиндустрия представляет собой одну из ведущих сфер экономики любого развитого государства, аккумулируя гигантские финансовые возможности и трансформируя экономические системы стран. Российский рынок в том смысле не является исключением и уверенно занимает лидирующие позиции в международных рейтингах по степени развитости медиарынка.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель статьи заключалась в определении трендов воздействия рекламной отрасли на развитие современной медиаиндустрии. Методом исследования выбран анализ источников вторичной информации.

III. ТЕОРИЯ

Все возрастающая значимость медиаиндустрии в современной экономике предопределила и появление соответствующих определений данного понятия. Например, Панасенко М. определяет ее как «современную сферу деятельности человека, которая воплотила в себя все самые передовые научные и технические достижения в сфере информационных технологий» [1]. Антонова В.Г., Елисеева Ю.А. как «сложную социальную, телекоммуникационную, экономическую и техническую систему, оказывающую безусловное влияние на формирование единой культурной, образовательной и информационной сферы государства, посредством оказания широкого спектра мультимедийных услуг» [2].

Отрасли медиаиндустрии многочисленны и включают в себя производства, связанные со средствами массовой информации (газеты, журналы, книги, телевидение, кабельные сети, радио, кинематограф), а также отдельных носителей информации и данных (письма, аудио- и видеозаписи на любых носителях, компакт-диски). Кроме того, к медиаиндустрии относят и коммуникационные системы общества (телеграф, телефон, почта, компьютерные сети), а также рекламу во всех ее проявлениях.

В ближайшей перспективе стоит ожидать дальнейшего изменения облика медиаиндустрии. Появляются и активно развиваются так называемые «новые медиа» – различные по формату интерактивные электронные издания, к числу которых относят цифровые информационные агентства, блогерскую журналистику, Интернет-СМИ общей тематики, тематические Интернет-СМИ, сайты печатных СМИ. Бурное развитие медиаиндустрии, наблюдаемое в настоящее время, вызывает значительный интерес многих исследователей, требует всестороннего и глубокого изучения данного феномена.

Современная медиаиндустрия любого государства представляет собой сложное комплексное явление, многомерно влияющее на государство и его население через многочисленные каналы воздействия. Развитие медиаиндустрии как самостоятельного направления хозяйственной деятельности многообразно и оказывает разностороннее воздействие на направления и эффективность развития множества хозяйствующих субъектов. Медиаиндустрия объединяет в себе различные сегменты рынка развлечений и медиа (СМИ): телевидение (в том числе, спутниковое и кабельное), радио, прессу (журналы и газеты), информационные агентства, интернет-СМИ, киностудии и кинотеатры (оффлайн и онлайн), видеоигры и киберспорт, рекламные и PR-агентства (цифровые и нецифровые), индустрию развлечений, социальные сети и мессенжеры, невзаимозаменяемые токены (NFT), медиаплатформы и метавселенные.

Эксперты международного консалтингового агентства PwC, отмечая падение в 2020 г. общемировой выручки медиаиндустрии на 2,3%, во-многом обусловленное вызовами пандемии COVID-19, констатируют полное восстановление отрасли в 2021 г. с ростом в 10,4%. При этом, по их мнению, тенденция стремительного роста медиаиндустрии сохранится и в будущем. Ожидается, что в 2022 г. выручка мировой медиаиндустрии достигнет 2,5 трлн долларов (что соответствует росту на 7,3% в сравнении с предыдущим периодом), а среднегодовые темпы роста до 2026 г. будут составлять не менее 4,6% [3]. Будущая медиаиндустрия станет более цифровой, более мобильной, более ориентированной на средства массовой информации сферой экономической деятельности, привлекающей молодежь. Однако, как отмечают эксперты, она будет и все больше зависеть от рекламы как основного источника формирования доходов медиаиндустрии.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ

Мировая рекламная отрасль, которая (как и многие отрасли экономики) в 2020 г. пострадала от внешних вызовов, что отразилось снижением итоговых показателей на 7%, уже в 2021 г. выросла на ошеломляющие 22,6% и составила почти одну треть (32,2%) от общего дохода медиаиндустрии. При этом ожидаемые среднегодовые темпы роста рекламной отрасли в долгосрочной перспективе оцениваются в 6,6%, а объем мирового рекламного рынка в 1 трлн долларов. Стремительный рост рекламной отрасли во многом обусловлен развитием цифровых технологий и цифровой рекламы [4]. По мнению экспертов, в 2026 г. доля цифровой рекламы в об-

щем объеме рекламного рынка будет составлять 74%, а глобальные доходы от размещения достигнут 723,6 млрд долларов (табл. 1).

Таблица 1

Объем мирового рекламного рынка 2022-2026 гг., трл долларов [3]

Период	Вид рекламы	
	Цифровая	Нецифровая
2022	0,55	0,28
2023	0,61	0,28
2024	0,66	0,29
2025	0,71	0,29
2026	0,74	0,29

При этом, по мнению экспертов, в будущем роль рекламной отрасли в сфере медиаиндустрии станет еще более значимой. Если в 2017 г. в структуре медиаиндустрии доля рекламной отрасли составляла 28,9%, то в 2026 г. рекламная отрасль станет ее крупнейшим сектором, с занимаемой долей 35,1% [3].

Быстрый рост электронной коммерции, во-многом обусловленный вызовами пандемии COVID-19 [4], предопределил также значимость инвестиций в цифровую рекламу, а также к рекламированию продуктов и площадок электронной коммерции. На данный момент электронная коммерция признается одним из наиболее мощных и востребованных инструментов современных экономических массовых коммуникаций, поскольку социальные сети объединяют значительное количество пользователей и предоставляют широкие возможности для реализации различных маркетинговых целей компаний [5]. В частности, компания NBC Universal разработала сервис NBCU Checkout, которая позволяет пользователям приобретать товары, не выходя из видеоплеера. В 2021 г. YouTube от Alphabet анонсировал новый рекламный инструмент «расширение бренда», который позволяет зрителям телевизионных программ и эфиров использовать пульты телевизора для отправки уведомления на свой смартфон, содержащих ссылку на продукт, рекламируемый на экране [3].

Транснациональные маркетплейсы также являются ярким примером стирания границ между цифровой рекламой и электронной коммерцией. Некоторые крупнейшие платформы электронной коммерции стали главными площадками для использования цифровой рекламы. Это новые цифровые торговые центры, торговые пространства, куда пользователи приходят с намерением сделать покупки, а не развлечься. Благодаря своему размеру, огромному ассортименту и высокой степени влияния на потребителя у рекламодателей теперь есть возможность монетизировать аудиторию. Amazon и Walmart продают рекламу на своих платформах, превращаясь в действительно крупные рекламные компании. В частности, доход Amazon от рекламы в 2021 г. вырос до 31 миллиарда долларов. Также большое распространение комплементарного использования электронной коммерции и цифровой рекламы получило в Китае.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В будущем медиапродукты и медиаконтент будут привлекать все большее внимание потребителей, что позволяет констатировать с одной стороны все возрастающую значимость их рекламирования и продвижения, с другой – ключевое положение рекламной отрасли в структуре медиаиндустрии. Стремительное развитие информационных технологий усиливает популярность цифровой рекламы по сравнению с традиционными рекламными носителями, а также появление и развитие новых рекламных технологий. Важным трендом будущего развития рекламной отрасли является и комплементарное использование электронной коммерции и цифровой рекламы. При этом можно ожидать, что в долгосрочной перспективе роль рекламной отрасли в сфере медиаиндустрии будет только усиливаться.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Панасенко М. Современное состояние медиаиндустрии // Вестник МГУП имени Ивана Федорова. 2013. № 4. С. 37–41.

2. Антонова В. Г., Елисеева Ю. А. Особенности развития и налогообложения медиаиндустрии на современном этапе // Евразийский союз ученых. 2020. № 4-7 (73). С. 4–8.

3. Отчет PWC «Глобальные перспективы в сфере развлечений и медиа, 2022-2026 гг.» // https://www.pwc.com/gx/en/industries/tmt/media/outlook/outlook-perspectives.html (дата обращения: 14.10.2022).

4. Рубцова Н. В. Рекламный рынок в России: состояние и перспективы развития в период пандемии COVID-19 // Маркетинг в России и за рубежом. 2021. № 6. С. 63–68.

5. Рубцова Н. В., Солодухин К. С. Социальная коммерция как форма экономических массовых коммуникаций // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Т. 11, № 1. С. 114–128.

УДК 658.514

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СЕРВИСНОГО БИЗНЕСА: АВТОМАТИЗАЦИЯ КАЛЕНДАРНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

А. Г. Саргсян[1,2], **И. Е. Егорова**[1]
[1]*Санкт-Петербургский Государственный Университет, Санкт-Петербург, Россия*
[2]*ООО Смарт Сервис, Санкт-Петербург, Россия*

A. G. Sargsian[1,2], **I. E. Egorova**[1]
[1]*Saint-Petersburg State University, Saint-Petersburg, Russian Federation*
[2]*LLC «Smart-Service», Saint-Petersburg, Russian Federation*

Аннотация. В статье рассматривается одна из важнейших задач сервисного обслуживания – календарное планирование. Цель работы – систематизировать исследования в данной области. В соответствии с принципами построения выбранного метода исследования, а именно, систематических карт, все публикации были классифицированы по определенным аспектам. Анализ существующих методов автоматизации календарного планирования показал наличие большого их разнообразия, однако ни один из них не является универсальным решением.

Ключевые слова: цифровизация сервисного бизнеса, календарное планирование, автоматизация составления расписаний, систематическая карта.

I. ВВЕДЕНИЕ

В цифровизации сервисного обслуживания одной из самых важных и сложных задач является календарное планирование (далее КП) с учетом множества требований, а именно: срока обслуживания заявки, графика работы обслуживаемого объекта, графика работы сервисного специалиста, времени пути к обслуживаемому объекту и т.п. [1].

Кроме того, КП должен быть «качественно» составленным, т. е. отвечать ряду критериев. В качестве таких критериев могут выступать метрики, отражающие экономическую эффективность использования имеющихся ресурсов, равномерность распределения задач, комфортность обслуживания и работы специалистов, точку начала маршрута и т. д. [2]. Также нужно отметить, что для задач КП характерны наличие большого объема различной по своему составу исходной информации и большого числа трудно формализуемых требований [3].

Целью данной статьи является обзор исследований в области разработки математических моделей, алгоритмов и программной реализации календарного планирования.

В последнее время в области Software Engineering (далее SE) уделяется большое внимание составлению систематических обзоров литературы, в которых анализ результатов фокусируется на частоте публикаций по категориям в рамках схемы, называемой систематической картой, имеющей вид пузырьковой диаграммы [4]. Систематическая карта SE — это определенный метод построения схемы классификации и структурирования интересующей области программной инженерии.

Систематическая карта в форме пузырьковой диаграммы показывает анализ лучше, чем таблицы частот, т.к. на ней легче рассматривать разные аспекты одновременно. В качестве осей диаграммы выступают различные аспекты, по которым производится классификация исследований. На вертикальной оси располагаются аспекты валидации контекста. На горизонтальной оси слева находятся аспекты вклада: метрика, инструмент, модель, метод и процесс. На горизонтальной оси справа находятся исследовательские аспекты: исследование эволюции, проверочные исследования, предложение по решению, обзорная статья, отчет об опыте и мнение автора.

Карты различаются по степени охвата области исследования. В систематической карте высокого уровня присутствуют все интересующие исследователя аспекты валидации контекста, один из которых детализируется в систематической карте низкого уровня.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Исходя из целей и методов исследования, можно выделить следующие задачи:

– Определение аспектов валидации контекста.

– Классификация публикаций по выделенным аспектам и построение систематических карт.

– Анализ полученных результатов.

III. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Результаты исследования изображены на систематической карте в виде пузырьковой диаграммы с осями категорий, соответствующими аспекту валидации контекста, аспекту вклада и исследовательскому аспекту. На пересечениях категорий расположены круги, площадь которых пропорциональна количеству статей, относящихся к этим категориям.

В данной статье все исследования представлены на двух систематических картах: высокого и низкого уровней (рис. 1 и 2).

В систематической карте высокого уровня обзор сделан по следующим аспектам валидации контекста:

– управление бизнес-процессами;

– IT менеджмент;

– математическое моделирование;

– цифровизация составления расписания.

Здесь каждая статья [1-3, 5-41] фигурирует в двух квадрантах, отражающих разные аспекты ее рассмотрения.



Рис. 1. Систематическая карта высокого уровня



Рис. 2. Систематическая карта низкого уровня

В систематической карте низкого уровня обзор углублен в сферу цифровизации составления расписания (КП) и сегментирован по следующим аспектам валидации контекста (рис. 2):

– обзор методов решения задач КП;

– точные методы решения задач КП;

– приближенные методы решение задач КП.

Из 40 статей, которые были исследованы при составлении систематической карты высокого уровня, 25 были включены в систематическую карту низкого уровня.

IV. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В статье приведен обзор исследований в области автоматизации календарного планирования, произведенный методом построения систематических карт.

Методы решения задач КП можно разделить на два класса: точные и приближенные (в том числе эвристические) методы [5].

В точных методах применяются в основном две стратегии решения задач: декомпозиция пространства решений и исследование множества возможных решений.

Методы, которые применяются в первой стратегии:

– жадный выбор;

– поиск в ширину и в глубину с возвращением;

– метод ветвей и границ;

– методы Дейкстры и Форда-Фалкерсона.

Во второй стратегии применяется метод динамического программирования. Данная стратегия предполагает следующие шаги: разбиение задачи на подзадачи; оценка значения локального критерия качества решения подзадач и определение оптимального варианта подзадач; получение решения композицией (объединением) этих подзадач.

Приближенные методы, в свою очередь, делятся на две категории: детерминированные и стохастические.

Детерминированные методы позволяют получать решения очень быстро, так как формируют один вариант решения задачи на основе некоторых правил. Однако полученное таким образом решение может оказаться как наилучшим, так и далеким от наилучшего в зависимости от экземпляра задачи [6, 7].

Стохастические методы можно поделить на две подкатегории [8]:

– простые методы - методы случайного поиска;

– сложные эвристические и метаэвристические методы (основанные на некоторых природных механизмах и законах): эволюционные алгоритмы, роевые алгоритмы, алгоритм имитации отжига и др.

Стохастические методы позволяют находить достаточно близкие к оптимальным решения за приемлемое время. Для каждой алгоритмической реализации таких методов и для каждого типа задач оптимизации эффективность, быстродействие, сходимость, влияние условий задачи и параметров алгоритма требуют отдельного исследования [8].

Анализ публикаций позволяет сделать вывод о том, что существует довольно большое разнообразие методов и предложений по решению данной задачи. Однако следует заметить, что ни один из методов и ни одна из программных реализаций не являются универсальными. Выбор наиболее подходящего решения необходимо производить исходя из имеющихся ресурсов и ограничений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Селиванова Д. И. Составление расписания занятий для обучающихся автошколы с помощью генетического алгоритма // Актуальные вопросы в науке и практике: сб. ст. по материалам X Междунар. науч.-практ. конф. (Самара, 18 сент. 2018 г.). Самара: ООО Дендра, 2018. С. 21–27.

2. Ермоленко Т. В., Котенко В. Н., Бакулин А. А. Применение генетических алгоритмов для задачи автоматического составления расписания в вузе // Донецкие чтения 2019: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: материалы IV Междунар. науч. конф. (Донецк, 29–31 окт. 2019 г.). Донецк: Донецкий нац. ун-т, 2019. С. 226–229.

3. Галаванова Ю. И. Обзор современных методов в автоматизации составления расписания в организациях общего образования // Достижения науки и образования. 2018. № 3 (25). С. 15–17.

4. Kai Petersen, Robert Feldt, Shahid Mujtaba [et al.]. Systematic Mapping Studies in Software Engineering // 12th International Conference on Evaluation and Assessment in Software Engineering (EASE). URL: https://pdfs.semanticscholar.org/e28b/dc373de80d7ec0e64631a89e64fbdcdae230.pdf?_ga=2.267393030.921465696.1669983832-964100626.1591601117 (дата обращения: 14.10.2022).

5. Овчинников В. А. Систематизация точных методов дискретной оптимизации // Наука и образование. 2015. № 6. С. 288–304. DOI 10.7463/0615.0778982.

6. Jian Su, Yuhong Wang. A bi-level model integrating planning and scheduling for the optimization of process operation and energy consumption of a PVC plant under uncertainty // Computers & Chemical Engineering. 2022. Vol. 168. P.108033. DOI: 10.1016/j.compchemeng.2022.108033.

7. Haoxin Guo, Jianhua Liu, Cunbo Zhuang. Automatic design for shop scheduling strategies based on hyper-heuristics: A systematic review // Advanced Engineering Informatics. 2022. Vol. 54. P. 101756. DOI: 10.1016/j.aei.2022.101756.

8. Матренин П. В. Обзор методов оптимизации в комбинаторных задачах класса job-shop scheduling // Сборник научных трудов Новосибирского государственного технического университета. 2014. № 4 (78). С. 113–124. DOI: 10.17212/2307-6879-2014-4-113-124.

9. Селезнев А. Д. Краткий обзор наиболее важных вопросов, связанных с составлением системы автоматизированного составления расписания занятий в учебном заведении // Advanced science: сб. ст. III Междунар. науч.-практ. конф.: в 2 ч. (Пенза, 23 апр. 2018 г.). Пенза: Наука и Просвещение, 2018. Ч. 1. С. 74–76.

10. Могилев А. А. Обзор методов решения задач теории расписаний // Информатика, вычислительная техника и инженерное образование. 2019. № 4 (37). С. 1932.

11. Тарнавская Е. Ю., Маркелова А. П., Кабаков М. А., Маковецкий А. С. Разработка системы для составления расписания вуза на основании генетического алгоритма // Молодой ученый. 2020. № 40 (330). С. 12–17.

12. Бубарева О. А. Интеллектуальная система составления расписания учебных занятий // Автоматизация: проблемы, идеи, решения: сб. ст. по итогам Междунар. науч.-практ. конф. (Челябинск, 4 февр. 2018 г.). Челябинск: ООО «Агентство международных исследований», 2018. С. 18–20.

13. Ignatov A. N. On the Scheduling Problem of Cargo Transportation on a Railway Network Segment and Algorithms for Its Solution // Bulletin of the South Ural State University. Series: Mathematical Modelling, Programming and Computer Software. 2021. Vol. 14, no 3. P. 61–76.

14. Purgina M. V., Dobrynin A. S., Koynov R. S. Schedule formation in multi-project developments management systems // Computational Technologies. 2022. Vol. 27, no 4. P. 118–126.

15. Rui Hou, Akbar Maleki, Peng Li. Design optimization and optimal power management of standalone solar-hydrogen system using a new metaheuristic algorithm // Journal of Energy Storage. 2022. Vol. 55, part B. P. 105521. DOI: 10.1016/j.est.2022.105521.

16. Dehao Min, Zhen Song, Huicui Chen [et al.]. Genetic algorithm optimized neural network based fuel cell hybrid electric vehicle energy management strategy under start-stop condition // Applied Energy. 2022. Vol. 306, part B. P. 118036. DOI: 10.1016/j.apenergy.2021.118036.

17. Abdullah Ayub Khan, Asif Ali Laghari, Thippa Reddy Gadekallu [et al.]. A drone-based data management and optimization using metaheuristic algorithms and blockchain smart contracts in a secure fog environment // Computers and Electrical Engineering. 2022. Vol. 102. P. 08234. DOI: 10.1016/j.compeleceng.2022.108234.

18. Ramin Torkan, Adrian Ilinca, Milad Ghorbanzadeh. A genetic algorithm optimization approach for smart energy management of microgrids // Renewable Energy. 2022. Vol. 197. P. 852–863. DOI: 10.1016/j.renene.2022.07.055.

19. Adrián Pascual, Juan Guerra-Hernández. Spatial connectivity in tree-level decision-support models using mathematical optimization and individual tree mapping // Forest Policy and Economics. 2022. Vol. 139. P. 10273. DOI: 10.1016/j.forpol.2022.102732.

20. Rubeena Khaliq, Pervaiz Iqbal, Shahid Ahmad Bhat, Aadil Rashid Sheergojri. A fuzzy mathematical model for tumor growth pattern using generalized Hukuhara derivative and its numerical analysis // Applied Soft Computing. 2022. Vol. 118. P. 108467. DOI: 10.1016/j.asoc.2022.108467.

21. Mauricio M. Coletto, J. Alberto Bandoni, Aníbal M. Blanco. Mathematical modeling and simulation of an industrial Desolventizer-Toaster // Journal of Food Engineering. 2022. Vol. 318. P. 110870. DOI: 10.1016/j.jfoodeng.2021.110870.

22. Mohd Arif Misrol, Sharifah Rafidah Wan Alwi, Jeng Shiun Lim, Zainuddin Abd Manan. Optimising renewable energy at the eco-industrial park: A mathematical modelling approach // Energy. 2022. Vol. 261, part B. P. 125345. DOI: 10.1016/j.energy.2022.125345.

23. Guohui Zhang, Xixi Lu, Xing Liu [et al.]. An effective two-stage algorithm based on convolutional neural network for the bi-objective flexible job shop scheduling problem with machine breakdown // Expert Systems with Applications. 2022. Vol. 203. P. 117460. DOI: 10.1016/j.eswa.2022.117460.

24. Qiang Luo, Qianwang Deng, Guiliang Gong [et al.]. A distributed flexible job shop scheduling problem considering worker arrangement using an improved memetic algorithm // Expert Systems with Applications. 2022. Vol. 207. P. 117984. DOI: 10.1016/j.eswa.2022.117984.

25. Huali Fan, Rong Su. Mathematical Modelling and Heuristic Approaches to Job-shop Scheduling Problem with Conveyor-based Continuous Flow Transporters // Computers & Operations Research. 2022. Vol. 148. P. 105998. DOI: 10.1016/j.cor.2022.105998.

26. Guohui Zhang, Xixi Lu, Xing Liu [et al.]. An effective two-stage algorithm based on convolutional neural network for the bi-objective flexible job shop scheduling problem with machine breakdown // Expert Systems with Applications. 2022. Vol. 203. P. 117460. DOI: 10.1016/j.eswa.2022.117460.

27. Qiang Luo, Qianwang Deng, Guiliang Gong [et al.]. A distributed flexible job shop scheduling problem considering worker arrangement using an improved memetic algorithm // Expert Systems with Applications. 2022. Vol. 207. P. 117984. DOI: 10.1016/j.eswa.2022.117984.

28. Huali Fan, Rong Su. Mathematical Modelling and Heuristic Approaches to Job-shop Scheduling Problem with Conveyor-based Continuous Flow Transporters // Computers & Operations Research. 2022. Vol. 148. P. 105998. DOI: 10.1016/j.cor.2022.105998.

29. Thomas Reiten Bovim, Anita Abdullahu, Henrik Andersson, Anders N. Gullhav. Integrated master surgery and outpatient clinic scheduling // Operations Research for Health Care. 2022. Vol. 35. P. 100358. DOI: 10.1016/j.orhc.2022.100358.

30. Simon Strassl, Nysret Musliu. Instance space analysis and algorithm selection for the job shop scheduling problem // Computers & Operations Research. 2022. Vol. 141. P. 105661. DOI: 10.1016/j.cor.2021.105661.

31. Jiaqing Qiao, Langyu Liu, Fei Guan, Wenbin Zheng. The BH-mixed scheduling algorithm for DAG tasks with constrained deadlines // Journal of Systems Architecture. 2022. Vol. 131. P. 102692. DOI: 10.1016/j.sysarc.2022.102692.

32. Yisheng An, Yuxin Gao, Naiqi Wu [et al.]. Optimal scheduling of electric vehicle charging operations considering real-time traffic condition and travel distance // Expert Systems with Applications. 2022. Vol. 213, part B. P. 118941. DOI: 10.1016/j.eswa.2022.118941.

33. Xiaohan Wang, Lin Zhang, Yongkui Liu [et al.]. Dynamic scheduling of tasks in cloud manufacturing with multi-agent reinforcement learning // Journal of Manufacturing Systems. 2022. Vol. 65. P. 130–145. DOI: 10.1016/j.jmsy.2022.08.004.

34. Yibing Li, Zhiyu Tao, Lei Wang [et al.]. Digital twin-based job shop anomaly detection and dynamic scheduling // Robotics and Computer-Integrated Manufacturing. 2022. Vol. 79. P. 102443. DOI: 10.1016/j.rcim.2022.102443.

35. Ali Parchami Afra, Amirsaman Kheirkhah, Hamidreza Ahadi. Systematic literature review of integrated project scheduling and material ordering problem: Formulations and solution methods // Computers & Industrial Engineering. 2022. Vol. 173. P. 108711. DOI: 10.1016/j.cie.2022.108711.

36. Wenliang Zhou, Yu Huang, Lianbo Deng, Jin Qin. Collaborative optimization of energy-efficient train schedule and train circulation plan for urban rail // Energy. 2022. Vol. 263, part A. P. 125599. doi.org/10.1016/j.energy.2022.125599.

37. Haohao Wang, Mengmeng Sun, Lianming Zhang [et al.]. Scheduling optimization for upstream dataflows in edge computing // Digital Communications and Networks. 2022. DOI: 10.1016/j.dcan.2022.08.003.

38. Elham Karimi, Yuanzhu Chen, Behzad Akbari. Task offloading in vehicular edge computing networks via deep reinforcement learning // Computer Communications. 2022. Vol. 189. P. 193–204. DOI: 10.1016/j.comcom.2022.04.006.

39. Chen Yang, Fangyin Liao, Shulin Lan [et al.]. Flexible Resource Scheduling for Software-Defined Cloud Manufacturing with Edge Computing // Engineering. 2021. DOI: 10.1016/j.eng.2021.08.022.

40. Remy Estran, Antoine Souchaud, David Abitbol. Using a genetic algorithm to optimize an expert credit rating model // Expert Systems with Applications. 2022. Vol. 203. P. 117506. DOI: 10.1016/j.eswa.2022.117506.

41. Shuangfei Xu, Wenhao Bi, An Zhang, Zeming Mao. Optimization of flight test tasks allocation and sequencing using genetic algorithm // Applied Soft Computing. 2022. Vol. 115. P. 108241. DOI: 10.1016/j.asoc.2021.108241.

УДК 338.1

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Е. В. Храпова, А. В. Грошева
ФГАОУ «Омский государственный технический университет», г. Омск, РФ

E. V. Khrapova, A.V. Grosheva
FSAEI "Omsk State Technical University," Omsk, Russia

Аннотация. В статье рассмотрены методы проведения маркетинговых исследований, оценены их достоинства и недостатки. На основании анализа предлагается усовершенствовать методику проведения маркетинговых исследований включив позиционирование, прямое ранжирование и метод расширенного семантического дифференциала. Маркетинговые исследования — это комплекс мероприятий по сбору и анализу информации, направленных на изучение рыночного состояния предприятия и окружающих его объектов и явлений, снижающих риски принятия управленческих решений. Если внутренняя маркетинговая аналитика отвечает на вопрос "что происходит", то маркетинговые исследования скажут «почему именно это происходит". В статье были использованы такие методы как анализ, синтез, декомпозиция, сравнение. По результатам анализа были сделаны выводы о необходимости включения в методику проведения маркетинговых исследований дополнительных методов, направленных на упреждение недостоверных результатов.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, рынок, предприятие, товар, ресторан.

I. ВВЕДЕНИЕ

Определение исследования рынка – это работа по сбору и анализу информации. Цель – определить характеристики рынка. Он может располагаться на двух уровнях:

– общий план, в котором рассматриваются компоненты существующего рынка.

– бизнес-план для измерения шансов на успех нового продукта и потенциала этого нового рынка.

Чтобы полностью понять задачи исследования, необходимо определить, что такое рынок. Это среда, в которой компания будет развиваться. Это место встречи продавца и покупателя, конъюнктура спроса и предложения на товар или услугу. Рынок может быть национальным, региональным, сезонным, концентрированным, диффузным, странствующим. Каждый тип рынка имеет специфику, которую необходимо определить, чтобы добиться успеха [1].

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Маркетинговые исследования необходимы для:

– Выявления тенденций и лучших практик на рынке, повторяющих успешный опыт.

– Знакомство с потенциальными клиентами, их потребностями.

– Планирование новых продуктов, услуг и изменений в компании не изолированно, а вместе с пользователями.

– Запуск более эффективной маркетинговой кампании: в конце концов, маркетинговая деятельность — это цифры, а не креативная реклама.

– Знакомство со своими конкурентами и правильной работой с ними: понимание их сильных и слабых сторон.

– Правильность выстраивания ценообразования.

– Корректировка бизнес-стратегии в случае изменения рыночных тенденций.

По прогнозам, объем рынка маркетинговых исследований вырастет до 83 миллиардов долларов к 2023 году по сравнению с 76 миллиардами долларов в 2019 году. Это означает, что компании все меньше и меньше доверяют интуиции и авторитету менеджеров, а данным - все больше [2].

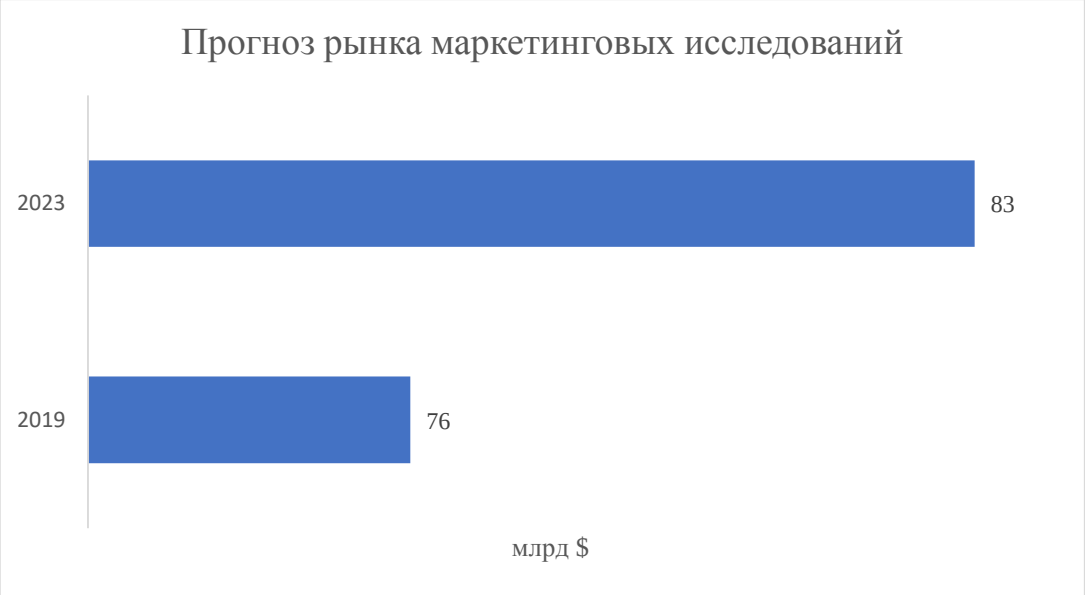


Рис. 1. Прогноз рынка маркетинговых исследований

III. ТЕОРИЯ

Методы маркетинговых исследований в основном делятся на первичные методы сбора данных и вторичные методы сбора данных. Их классификация предоставлена на рисунке 2.



Рис. 2. Основные методы маркетинговых исследований

Ни одно исследование рынка не может быть проведено без предварительного поиска вторичной информации (также известного как кабинетное исследование). Основные достоинства и недостатки методов исследования рынка представлены в таблице 1.

Существует множество различных методик социологического, маркетингового и психологического тестирования представителей целевой аудитории, кандидатов на трудоустройство, сотрудников. Но их можно разделить на две большие группы по характеру тех оценок или ответов, которые дают респонденты. Первая группа – сознательные оценки, когда человек понимает, о чём его спрашивают, моделирует в сознании ответ, прогнозирует последствия и отвечает. Вторая группа – бессознательные оценки, когда у человека нет возможности тщательно подумать над ответом и предположить последствия от его вербализации, когда он делает выбор «душой», то есть на бессознательном уровне.

Таблица 1

Достоинства и недостатки методов исследований рынка

Метод	Достоинства	Недостатки
Фокус-группа	Свободная форма Разнообразие направлений Неформальная форма изучения	Непрезентативность Субъективная интерпретация полученных результатов
Интервью	Полная информация о причинах и мотивах человека	Сложность обработки Сложность в поиске профессиональных интервьюеров
Анализ-протокола	Сложность организации	Более детальный анализ
Опросы	Низкая стоимость Легкость организации опроса	Низкое качество ответов на открытые вопросы Необходимость квалифицированных интервьюеров
Retail-audit	Простота и точность	Сложность получения данных Административные препятствия
Hall-тест	Возможность комбинированной оценки	Трудоёмкость организации исследования
Home-тест	Домашние условия позволяют более точно оценить продукт	Сложность и дороговизна организации тестирования
Тайный покупатель	Обратная связь Стимулирование персонала	Непрофессионализм тайного покупателя Возможная фальсификация результатов проверки

Задавая вопрос любому респонденту, который предполагает прямой ответ или сознательную оценку какому-то событию, человеку или образу, мы заведомо понимаем, что рискуем получить лживую или искажённую информацию.

Поэтому предлагается ввести такие методы исследования, как позиционирование, прямое ранжирование и метод расширенного семантического дифференциала (СД).

1) Позиционирование (позволяет сегментировать респондентов согласно шести принятым психотипам NeedScope (Тигры, Слоны, Лисы, Зайцы, Собаки, Дельфины).

Респонденту необходимо сопоставить одну карточку с одной торговой маркой тестируемого продукта (как респондент думает, какие люди предпочитают какую торговую марку).

Описание психотипов:

– “Тигр”. Уверенная, вспыльчивая и сильная личность. Амбициозен, любит риск и самостоятельность. Люди такого типа чаще всего становятся предпринимателями. Для маркетологов успешные тигры — лакомый кусочек. Для них создают оригинальные и элитные марки.

– “Слон”. Ключевая черта — основательность и потребность в доминировании. Консервативен и авторитарен, немного упрям и всегда добивается цели. Слоны ориентированы на карьеру и высокий социальный статус. Любят солидные бренды с элементами роскоши.

– “Лиса”. Этот тип личности бренд-менеджеры недолюбливают. Основные качества — хитрость, расчёт и рациональность. “Лисой” руководят не эмоции, она стратег. Упаковка продуктов для таких людей должна содержать подробную информацию, а цена не выбиваться из среднего сегмента.

– “Заяц”. Пугливый и ведомый — определяющие характеристики данного психотипа. Ключевая потребность — безопасность. Товары для зайцев символизируют защиту, нежность и заботу.

– “Собака”. Любимый психотип маркетолога, преданные и дружелюбные люди, старающиеся поддержать вокруг себя благоприятную атмосферу. Ценят семью. Для людей такого типа упаковка товара должна быть вкусной и объёмной: то, что “не стыдно положить на тарелку”.

– “Дельфин”. Доверчивые, общительные и задорные. Главная потребность — получать удовольствие от жизни. Бренд для дельфинов должен быть ярким, весёлым и обязательно приносить наслаждение.

2) Прямое ранжирование — операция упорядочения разных предметов по возрастанию или убыванию определенного их свойства.

Еще одна наиболее часто встречающая проблема при измерении рекламной информации — распределение объектов, суждений и т.

Объекты ранжирования многообразны. Для выполнения ранжирования первоначально нужно установить свойство, по которому объекты упорядочиваются, т.е. проявить принцип ранжирования. В зависимости от выбранного основания ранжирования расположение параметров объектов может быть самым разным. В то же время мероприятие ранжирования приводит к измерению параметров ранжируемого ряда в очень простой шкале — шкале отношений.

3) Метод расширенного семантического дифференциала

Семантический дифференциал (СД) базируется на явлении синестезии (мышления по аналогии, когда одни чувственные ощущения появляются под действием других) и является методом "улавливания" чувственной стороны смыслов, улавливаемых индивидом в объектах (например, осязание некоторого запаха возбуждает некоторое визуальное воспоминание или цветовой образ). Метод СД разрешает обнаружить порядок латентных (скрытых, ключевых) факторов.

Классический Осгуд включает набор следующих прилагательных (дихотомических пар):

1. Несимпатичный – Симпатичный
2. Решительный – Нерешительный
3. Быстрый – Медленный
4. Противный – Приятный
5. Твердый – Мягкий
6. Оживленный – Спокойный
7. Грязный – Чистый
8. Сильный – Слабый
9. Бодрый – Вялый
10. Плохой – Хороший
11. Большой – Маленький
12. Активный – Пассивный
13. Горький – Сладкий
14. Уверенный – Неуверенный
15. Шумный – Тихий
16. Зловредный – Добродушный
17. Самостоятельный – Не самостоятельный
18. Импульсивный - Уравновешенный

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

На основе этих данных, нами было проведено маркетинговое исследование потребителей ресторана «Маниллов Gourmet». Целями выполнения работы явилось определение целевой аудитории, степени удовлетворенности, описание позиционирования ресторана.

Используя вышеперечисленные методы, мы выяснили соотношение людей, в соответствии с разными психотипами.

Позиционирование

Психотип людей	Количество	Процентное соотношение
Тигры	16	21,3
Слоны	16	21,3
Лисы	18	24
Зайцы	9	12
Собаки	4	5,4
Дельфины	12	16

Рис. 3. Позиционирование

Также были выявлены профили отклонения образов ресторана от идеального по общей выборке по методу семантического дифференциала. Данные представлены на рисунке 4.

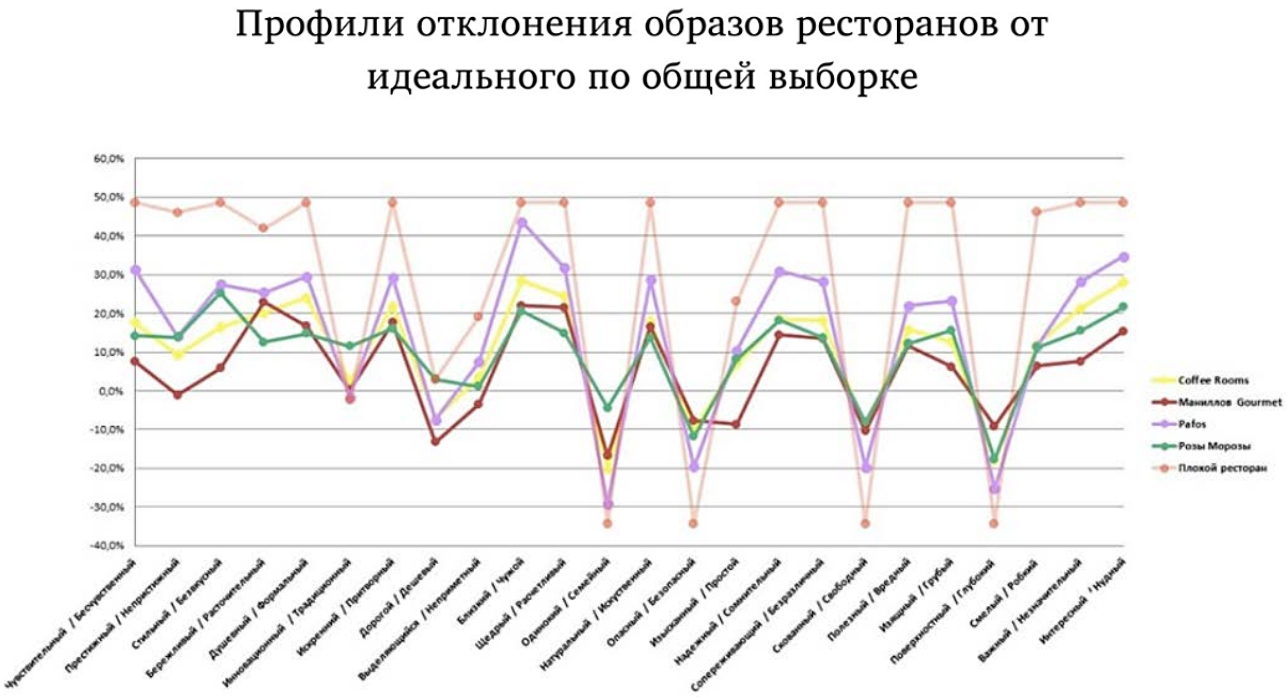


Рис. 4. Профили отклонения ресторанов

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

По общей выборке можно отметить, что наиболее приближенным к идеалу является ресторан «Маниллов Gourmet» (отклонения от образа «идеального ресторана» по шкалам «Инновационный», «Престижный», «Выделяющийся», «Стильный» не превышают 5%), близким по значениям отклонений к нему будет «Розы Морозы», а образ «Pafos» больше всего соответствует образу «плохого ресторана».

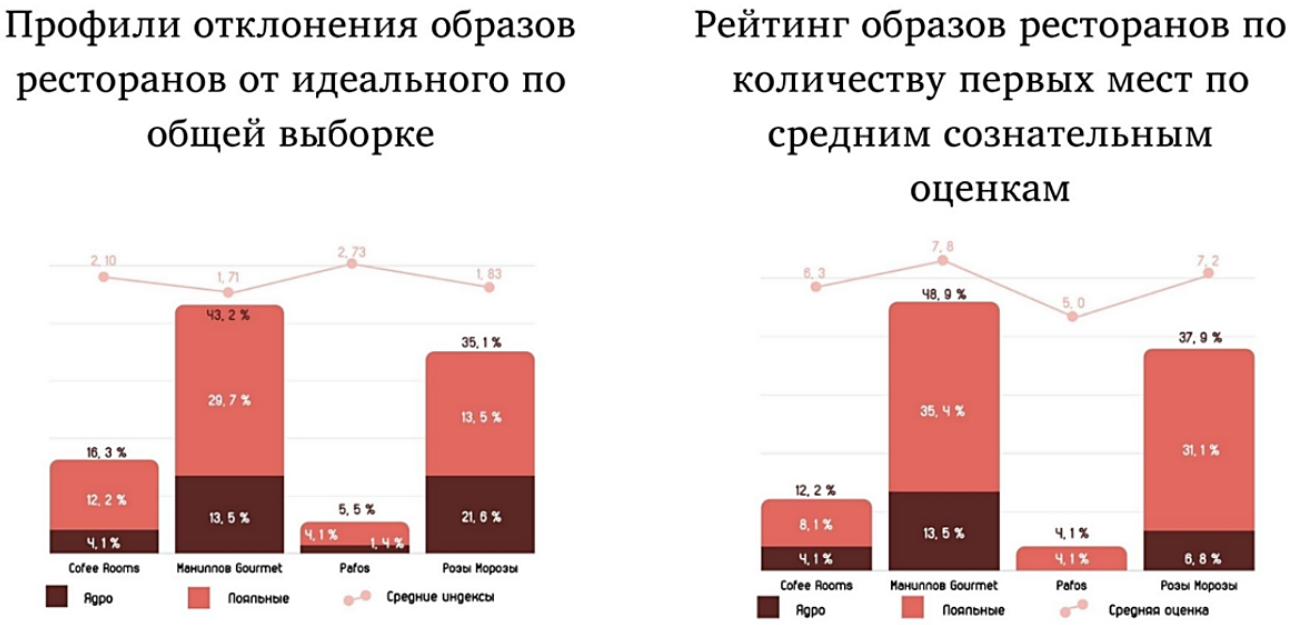


Рис. 5. Профили отклонения образов ресторанов. Рейтинг образов ресторанов

По общей выборке (74 человека) по сознательным оценкам образ ресторана Маниллов Gourmet на первом месте (32, 4% лояльных, ядро- 13, 5%, средняя оценка – 7,8). Но очень близкими по значениям оказался образ ресторана Розы Морозы (31,1 % - лояльных, ядро- 6, 8%, средняя оценка - 7,2). Данные на рисунке 5.

По общей выборке (74 человека) по бессознательным оценкам образ ресторана Маниллов Gourmet на первом месте (29, 7% лояльных, ядро- 13, 5%, средний индекс – 1, 71).

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование рынка неотделимо от создания бизнеса и предпринимательства. Это дает вам возможность заранее протестировать свою идею и развить свой проект, если в нем есть несоответствия.

Подводя итог, можно сказать, что данные методы позволяют более точно оценить продукт, подвергая его различным аспектам, сознательным и бессознательным оценкам. Это в свою очередь помогает более эффективно и объективно проводить маркетинговую политику.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Русин В. Н. Маркетинговые исследования – новые направления их развития и проблема человеческого фактора // Экономика и управление в машиностроении. 2020. № 1. С. 41–45.

2. Леоненко Е. А. Цифровые технологии и процессный фреймворк в исследовании маркетинговой среды компании // Научное обозрение: теория и практика. 2020. Т. 10, № 11 (79). С. 2627–2641.

УДК 338.5

ПРОБЛЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

О. Ю. Шевченко

Омский государственный технический университет, Омск, Россия

O. Y. Shevchenko

Omsk state technical university, Omsk, Russia

Аннотация: В статье рассмотрены особенности системы ценообразования в строительстве, определены нормативные акты, данные которых учитываются в процессе расчета цен, рассмотрено содержание этапов реформирования ценообразования, предусматривающие переход от базисно-индексного метода к ресурсно-индексному, а затем к ресурсному. Выявлены существующие проблемы в сфере ценообразования, которые в ряду других проблем тормозят развитие строительной отрасли.

Ключевые слова: цена, смета, методы ценообразования, реформирование системы ценообразования в строительстве.

I. ВВЕДЕНИЕ

Цена в строительстве – это стоимость единицы строительной продукции в виде строительного комплекса, объекта, квадратного метра площади, квадратного метра земляных работ и т.д. Она является финансовой основой развития отрасли в целом, при этом в рыночных условиях влияет на положение субъекта на рынке, определяя в том числе и такие его характеристики, как уровень рентабельности, фондоемкость, производительность труда, себестоимость, объем капитальных вложений.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Стагнационное состояние экономики нашей страны в последние годы и удар, который нанесла по всем сферам жизни пандемия, в строительной отрасли кроме материально-технических трудностей функционирования создали еще и ряд проблем в сфере ценообразования. Сложившаяся ситуация усугубляется противоречиями между административным регулированием системы ценообразования и реалиями рыночной экономики. Этим вопросам и посвящена статья.

III. ТЕОРИЯ

С начала 2000х годов расчет сметной стоимости производится на основе базисно-индексного метода, основанного на корректировке цен материалов, работ, услуг базисного уровня на определённые законодательством индексы роста цен.

Стоимостной основой ценообразования в рамках этого подхода к ценообразованию являются:

- Федеральные (ФЕР) или территориальные (ТЕР) единичные расценки и цены на материалы, изделия, конструкции и оборудование, применяемые в строительстве, содержащиеся в Федеральных и Территориальных сборниках строительных цен (ФССЦ и ТССЦ);

- расценки на эксплуатацию строительных машин и автотранспортных средств, содержащиеся в Федеральных и Территориальных сборниках сметных норм и расценок (ФСЭМ и ТСЭМ);

- цены на перевозку грузов для строительства, содержащиеся в сборниках Федеральных и Территориальных сметных цен на перевозку грузов для строительства (ФССЦпг и ТССЦпг);

- отраслевые единичные расценки, сведения о которых включены в Федеральный реестр сметных нормативов (ФРСН).

Для корректировки к элементов прямых затрат, сметной стоимости оплаты труда, сметной стоимости эксплуатации машин и механизмов, сметной стоимости материалов, изделий и конструкций, сметной стоимости пусконаладочных работ, а также итоговых стоимостных показателей локальных смет применяются корректировочные индексы.

Первым недостатком базисно-индексного метода ценообразования является то, что он базируется на ценах ресурсов момента составления сметно-нормативной базы – на ценах 2000 года. За прошедшее время применяемые технологии и техника, а также используемые материалы претерпели изменения. Какие -то изменились, какие-то вообще перестали использоваться, уступив место новым, но виды используемых ресурсов и виды работ, содержащиеся в сметно-нормативной базе, остались неизменными. При определении сметной стоимости часто приходится использовать в расчетах расценки на аналогичные ресурсы или работы, или вообще отталкиваться от прайсов подрядчиков, что приводит к разрыву между сметными расчетами и фактическими затратами.

Еще одним недостатком базисно-индексного метода ценообразования является значительное занижение норм оплаты труда. Если в советские времена удельный вес оплаты труда всех, а не только занимающихся строительством рабочих, составляла 20-25 %, то в наше время на нее приходится лишь 10-14 %. При этом в европейских странах это 30-40%.

Если анализировать американскую практику ценообразования в строительстве, то у них применяется деление персонала, задействованного в строительстве, на квалифицированный и неквалифицированный. Квалифицированные работники в 2021 году получали по 27-35 долларов за час, неквалифицированные по 15-20 долларов за час. В Чехии в это время средняя зарплата строительных рабочих составляла 10 евро в час, в Польше 17 евро в час, в Австрии 20 евро в час, в России 47 600 руб. в месяц или 3,2 евро в час [3].

Следующий недостаток базисно-индексного метода ценообразования состоит в отсутствии единого подхода к расценкам, в отсутствии единой базы. Применение тех или иных расценок зависит от источников финансирования строительства. Для проектов федерального уровня используются федеральные единые расценки, основанные на среднеотраслевых ценах. Для проектов местного уровня используются территориальные единые расценки, определяемые исходя из местных условий. При этом строительство коммерческих объектов вообще ничем не регламентируется в ценовом аспекте.

Усугубляют ситуацию вносимые в разное время в федеральную и территориальные базы нескоординированные изменения и дополнения, что затрудняло и затрудняет расчеты.

С момента введения в начале двухтысячных годов базисно-индексного метода ценообразования сметно - нормативная база обновлялась четыре раза, но эти обновления носили поверхностный характер. Это привело к существенному разрыву между расценками сметно-нормативной базы и фактическими ценами на материалы, работы, стоимостью использования машин и оборудования, а также уровнем заработных плат при том, что применяемые корректирующие индексы все больше отрывались от действительности, становясь все более «усредненными».

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В 2014 году Минстроем было принято решение о реформировании системы ценообразования в строительстве. Цель реформирования – переход к расчету сметной стоимости на базе актуальных данных Федеральной государственной информационной системы ценообразования в строительстве (ФГИС ЦС), а при отсут-

ствии необходимой информации к использованию в расчете наиболее экономичных расценок, полученных в результате конъюнктурного анализа. Реформирование планировалось проводить в три этапа:

1. С 2016 года по 01.01 2021 года планировалось повышение уровня достоверности сметных цен в сметно-нормативной базе.

2. С 01.01.2021 года по 01.01.2022 года должен был осуществлялся переход от базисно-индексного к ресурсно-индексному методу ценообразования, базирующемуся на анализе существующего рынка и реальных рыночных ценах. В это время планировалось начало работ по разработке и введению в действие ФГИС ЦС.

3. С 01.01. 2022 года должен был начаться переход от ресурсно-индексного к ресурсному методу ценообразования, основанному на повсеместном использовании сформированной к этому моменту Федеральной государственной информационной системе ценообразования в строительстве (ФГИС ЦС). В апреле этот срок был сдвинут на 01.01.2023 года.

В рамках ресурсно-индексного и ресурсного подхода расчеты осуществляются на основе сметных норм, в том числе:

- сметных норм на строительные работы (ГЭСН);
- сметных норм на ремонтно-строительные работы (ГЭСНр);
- сметных норм на монтаж оборудования (ГЭСНм);
- сметных норм на капитальный ремонт оборудования (ГЭСНмр);
- сметных норм на пусконаладочные работы (ГЭСНп);
- сметных норм на ремонтно-реставрационные работы (ГЭСНрр);
- отраслевых сметных норм, сведения о которых включены в Федеральный реестр сметных нормативов.

Процесс реформирования затормозили застойные явления в экономике, кроме этого существенное негативное влияние оказала пандемия, что в итоге привело к сворачиванию строительной отрасли. Владельцы бизнеса, чтобы выжить в существующих реалиях, стали уходить от нормативных цен в связи с неудовлетворительным финансовым положением. Сложившаяся ситуация вызвала необходимость проведения реформирования самого Минстроя и принятие План мероприятий по совершенствованию ценообразования в строительной отрасли Российской Федерации [1].

Документ подтвердил приверженность к определенному курсу на разработку и введение в действие ФГИС ЦС и переход к ресурсному методу ценообразования. Это должно привести к упрощению расчетов, повышению достоверности расценок применительно к условиям конкретных регионов и упрощению координации федеральной и территориальных баз. В развитие этого документа в 2022 году был принят План мероприятий («дорожная карта») «Совершенствование правового регулирования в сфере строительства и практики применения внесенных изменений в нормативные правовые акты» [2]

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Надо сказать, что попытки реформирования не дают ожидаемых результатов, т.к. изменения проводятся сверху, без учета мнения специалистов, без связи с регионами. При том, что есть предложения применять расчетно-аналитическую модель ценообразования, основанную на двух блоках: ресурсном и стоимостном. Также требуется более полный учет влияния инфляции и более углубленная проработка нормативных актов, затрагивающих различные аспекты ценообразования.

Реализация предлагаемых мероприятий позволит сократить разрыв между бюджетными заниженными расценками, в том числе заниженной оплатой труда строительных рабочих, и актуальными региональными коммерческими ценами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. План мероприятий по совершенствованию ценообразования в строительной отрасли Российской Федерации (утв. Правительством РФ 10.12.2020 N 11789п-П16) // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_376799/?ysclid=lb7qwi9dq2467567961 (дата обращения: 14.10.2022).

2. План мероприятий («дорожная карта») «Совершенствование правового регулирования в сфере строительства и практики применения внесенных изменений в нормативные правовые акты» (утв. Правительством РФ 28.01.2022 №812п-П49) // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_408617/?ysclid=lb7qy4715f391447799 (дата обращения: 14.10.2022).

3. Дорожкин В. Р. Проблемы ценообразования в строительстве // Генеральная смета. № 6. С. 56–68. URL: https://general-smeta.ru/stati/2071-problemy-tsenoobrazovaniya-v-stroitelstve-avtor-stati-dorozhkin-v-r-rukovoditel-voronezhskogo-rtstss-doktor-ekonomicheskikh-nauk-professor.html (дата обращения: 14.10.2022).

УДК 004.4

ПРОГРАММНЫЕ ПРОДУКТЫ АНАЛИЗА ГРАФИЧЕСКОГО КОНТЕНТА В БИЗНЕСЕ

А. Д. Шевырева, А. М. Измайлов
ФГБОУ ВО Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Самара, Россия

A. D. Shevyrova, A. M. Izmaylov
Volga State University of Telecommunications and Informatics, Samara, Russia

Аннотация. В представленной статье авторы рассматривают современные программные информационные продукты способные к анализу графического контента в целях удовлетворения интересов бизнеса. В качестве основной цели авторы ставят анализ программных средств используемых в целях анализа графического контента в рамках решения бизнес-задач. В работе освещены основные виды и наименования программ, рассмотрены их особенности и проведен сравнительные анализ по ключевым признакам. Материал может представлять интерес широкому кругу читателей, в частности представителям малого бизнеса.

Ключевые слова: анализ; бизнес; контент; графика; графический контент.

I. ВВЕДЕНИЕ

Современный мир характеризуется постоянным увеличением объемов генерируемой информации. По данным экспертов компании Seagate Technology, к 2025 году общий объем информации возрастет до 175 зетабайт, что более чем в пять раз выше, чем совокупный объем сгенерированной человечеством данных по состоянию на 2020 год. [6]

Генерируемая человечеством информация во-многом обеспечивается наличием широкого доступа к сети Интернет через смартфоны. В 2021 году количество людей, имеющих доступ к Интернету через смартфоны достигало более чем 3,7 млрд человек (рис. 1).

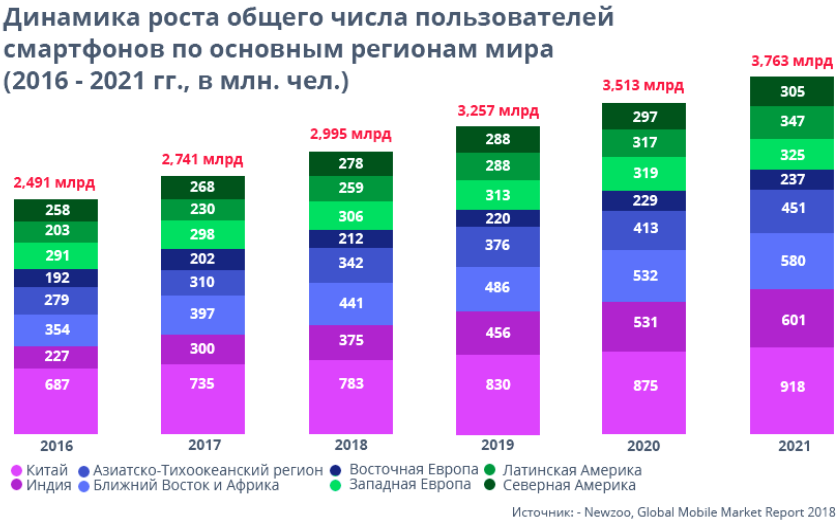


Рис. 1. Динамика и структура числа пользователей смартфонов, имеющих доступ к Интернету [7]

Ежедневно большие объемы данных загружаются на сервера различных соцсетей, видеохостингов, музыкальных площадок и наукометрических баз. Одним из наиболее весомых по объему видов информации сегодня является видеоконтент. Если еще в 2017 году видеоконтент составлял всего 59% от общей совокупности генерируемых данных, то уже к концу 2022 году данный показатель прогнрозируется на уровне 79% (см. рисунок 2).

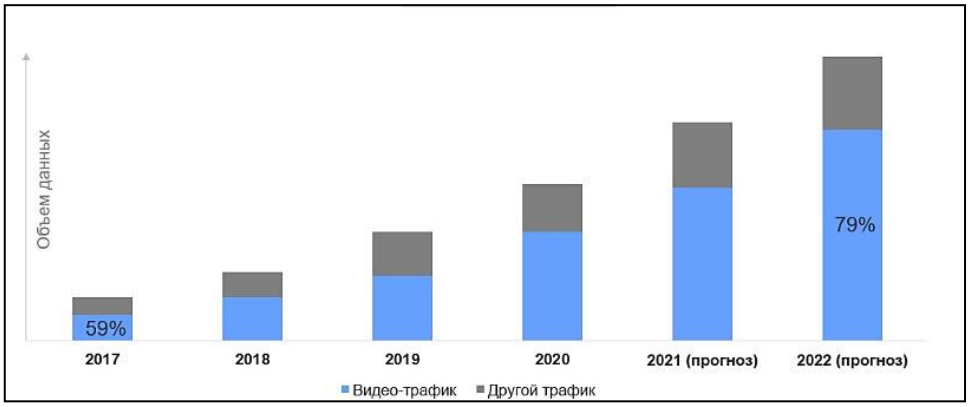


Рис. 2. Динамика роста объема данных [9]

В 2020 году на хостинг каждую минуту загружается более 500 часов видео. Это 30 000 часов видео каждый час, 720 000 часов каждый день и 263 520 000 часов к концу текущего года [10].

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Сегодня для доступа имеется широкий спектр имеющихся программных продуктов, способных проводить анализ графического контента и формирования ценной для бизнеса информации. Однако, учитывая их специфику, определенные программные продукты подходят лучшим образом определенным видам профессий и специалистам. Главное задачей работы, помимо рассмотрения наиболее популярных программных продуктов является именно проведение анализа наиболее подходящих направлений использования программ в рамках существующих сфер ведения малого бизнеса.

III. ТЕОРИЯ

Гигантские объемы генерируемой информации и широкий доступ к нему со стороны крупных и средних коммерческих компаний достаточно быстро привело к тому, что это стало очень важным источником ценной информации для решения маркетинговых вопросов, а именно анализе потребителя исходя из генерируемого им контента. Другими словами, компании, занимающиеся производством товаров и услуг плотно задумались на тем, как можно повлиять на потребительские предпочтения исходя из того, к чему имеет склонность сам потребитель. Современные интеллектуальные нейросетевые алгоритмы открывают широчайший спектр возможностей для анализа больших объемов различного контента с целью формирования психологического профиля потребителя, что в дальнейшем успешно используется для точного продвижения различных брендов.

Сегодня нейросетевые программы способны проводить анализ как видео, так и аудио формата генерируемого контента. В рамках данной работы авторы сосредотачивают свое внимание на программные средства анализа графического контента (фотографии, рисунки, картинки и прочие статичные изображения).

В настоящее время широкое применение получили методы автоматического анализа контента, которые были созданы с целью выделения тематики и ключевых слов в текстах, однако сегодняшние алгоритмы анализируют содержание не только текстов, но и визуального формата составляющей информации. Данные технологии применяются для решения разных задач: от компьютерного зрения до автоматизации создания креативов. (рис. 3)



Рис. 3. Метод работы ПО для анализа информации визуального формата

Главным преимуществом метода работы ПО является возможность работать с большими объемами данных. Алгоритм работы следующий: из полученных публикаций выделяется контент, созданный пользователем, изображения и тексты анализируются, после чего из них извлекаются главные смысловые элементы. На следующем шаге контент автоматически сегментируется на основе смыслового содержания. Результаты описывают эксперты. Связь машина–человек позволяет охватить широкий объем данных и исключать возможные недочеты при проведении автоматического анализа.

Данная работа включает в себя изучение средств для распознавания изображений с помощью искусственного интеллекта, а именно инструменты анализа данных, применяемых для разработки и выполнения аналитических процессов, которые помогают принимать более обоснованные бизнес-решения с научной точки зрения при одновременном снижении затрат и увеличении прибыли.

На данный момент пользуются своей популярностью такие ПО как: IQBuzz, Mindscan, Яндекс.Блоги, Picalytics. В данной работе подробно рассмотрен каждый из сервисов.

IQBuzz [3]

Интернет-сервис IQBuzz - это система онлайн-мониторинга с возможностью глубокого анализа информации на основе сообщений из интернет-СМИ: социальных сетей, интернет-СМИ, блогов, онлайн-видео.

Программное обеспечение от компании Aikubaz предназначен для поиска информации в публикациях в социальных сетях и онлайн-СМИ. Система Aikubaz подходит для анализа информационного поля, управления репутацией бренда, анализа рынка и управления рисками безопасности. Facebook, Instagram, Twitter, LiveInternet, ответы по электронной почте.
FacebookFacebookInstagramFacebookInstagramInstagramFacebookInstagramFacebookInstagramFacebookInstagramLiveInternet, ответная почта, база данных интернет-сервисов содержит сообщения из более чем 10 000 информационных источников, включая Вконтакте, Одноклассники, Facebook, Instagram, Twitter. Ru.

Облачные системы могут использоваться специалистами по социальным сетям (SMM), аналитиками, специалистами по связям с общественностью (PR), специалистами по информационной безопасности и другими специалистами, которым необходимо анализировать информацию из социальных сетей.

Программное обеспечение Iqbuzz решает многие проблемы мониторинга СМИ и социальных сетей, с которыми сталкиваются все растущие компании:

- анализ эффективности рекламных кампаний,
- анализ активности конкурентов,
- управление негативом, репутацией и иммиджем бренда,
- поиск подходящих бизнес-запросов,
- выявление лидеров мнений в
- автоматическое составление отчётов.

Mindscan [4]

Mindscan представляет собой аналитический сервис, предназначенный для мониторинга и проведения анализа медиа и социальных сетей, а также для создания отчетов по интересующим областям.

Mindscan это облачная программа, которая предназначена для анализа информации в средствах массовой информации и мониторинга информационного поля. Основными источниками информации для сервера Mindscan:

– онлайн-СМИ;

– социальные сети.

Программный продукт предназначен для деятельности средних и крупных компаний и предприятий. Сервис включает в себя большое количество основных функций для систем именно своего класса. Основными функциями программного обеспечения являются:

- Настройка информационных тем и информационных поводов для мониторинга,
- Создание аналитических отчётов по выбранным инфоповодам,
- Поиск информационных объектов в массиве сообщений,
- Контент-анализ тональности текста по отношению к информационному объекту.

Яндекс.Блоги[5]

Яндекс.Блог - это бесплатный сервис онлайн-поиска, который позволяет вам осуществлять поиск в ведущих социальных сетях.

Бесплатный интернет-агрегатор Y Blog (англ.) Y Blog) от Y Softare

AndEX - это обычный софт-бот, который индексирует Интернет с точки зрения социальной сети. Все выбранные сайты и публикации классифицируются, а затем просматриваются пользователем.

Работа с системой Y Блогов организована в форме взаимодействия с обычной поисковой системой. У пользователя есть инструменты для фильтрации источников и параметров публикации: город, дата и время публикации, тип файла, язык публикации и т.д.

Среди обработанных источников: Вконтакте, Одноклассники, Liveour

Обзор средства аналитики Picalytics[6]

Picalytics-это онлайн-сервис аналитики расширяет свою учетную запись instagram, предоставляя характеристики демографических аудитории в контексте поиска (возраст и география подписчиков), бот анализ, структурные хэштеги и другие популярные показатели.

Программное обеспечение предназначено для получения подробной статистики из своего профиля в социальной сети Instagram и Picalytics. Система может быть полезна для личного пользования блоггерам, независимым журналистам, предпринимателям и представителям малого бизнеса.

В ходе изучения были выявлены основные функции Picalytics:

– Анализ аудитории. Проводится демографический анализ для получения более подробной информации о потенциальных подписчиках;

– Контент и оптимизация. Программное обеспечение позволяет вам устанавливать наилучшие параметры времени и публикации, чтобы получить максимальную отдачу от контента.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В сравнении с предыдущим продуктом программа проводит сравнительный анализ по следующим критериям: сфера применения, графический интерфейс, внешний вид счета, языковая поддержка, русский язык программного обеспечения, печать версий, пробная печать, доступ к программному обеспечению в исходном режиме. 1 отображение результатов сравнительного анализа в таблице 1.

Таблица 1

Сравнительный анализ ПО для анализа графического контента в бизнесе

Критерии сравнения	**IQBuzz**	**Mindscan**	**Яндекс.Блоги**	**Picalytics**
Подходит для	Фрилансер, Средний бизнес, Специалист, НКО, Корпорация	Средний бизнес, НКО, Специалист, Корпорация	Фрилансер, ИП, Специалист, Малый бизнес	Фрилансер, Средний бизнес, ИП, Специалист, НКО, Малый бизнес
Графический интерфейс	Веб-браузер	Веб-браузер	Веб-браузер	Веб-браузер
Тарификация	Ежемесячная плата	Ежемесячная плата	Бесплатно	По запросу, Ежемесячная оплата, Ежегодная оплата
Поддержка языков	Русский	Русский, Английский	Русский, Английский, Белорусский, Казахский, Татарский, Турецкий, Украинский	Русский, Английский, Испанский
Реестр российского ПО	Не включен	Не включен	Не включен	Не включен
Демо версия	Нет	Нет	Да	Нет
Пробная версия	Да	Нет	Нет	Да
Свободное ПО	Нет	Нет	Нет	Нет

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

На основании проведенного анализа можно сделать вывод, что каждый из рассмотренных ПО подходят для фрилансера, среднего бизнеса, специалистов, НКО и корпораций. Программное обеспечение Яндекс.Блоги занимает первую позицию по поддержке языков, что является главным преимуществом. Главным отличием ПО Яндекс.Блоги является наличие демо версии, что позволяет пользователям изучить интерфейс системы путем использования предоставленных базовых функций.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог, можно сказать, что анализ изображений открывает брендам доступ к самой полной картине онлайн-беседы с потребителями. Возможность запуска анализа графического контента позволит брендам анализировать изображения так же, как они анализируют текстовый контент.

Пользователи используют все больше и больше фотографий, фотографий и видео в своих постах в социальных сетях. Все это представляет собой огромный объем ценных данных для аналитиков и маркетологов, которые ищут новые инструменты для эффективного общения с потребителями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. The Digitization of the World from Edge to Core. URL: https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf (дата обращения: 14.10.2022).
2. Динамика роста объема данных. URL: https://translate.yandex.ru/translate?lang=en-ru&url=https%3A%2F%2Fwww.marketwatch.com%2Fpress-release%2Fdata-governance-market-trends-2022-industry-size-segments-share-key-players-and-growth-factor-analysis-by-2024-2022-02-10&view=c (дата обращения: 14.10.2022).
3. Характеристика сервиса IQBuzz. URL: https://iqbuzz.pro/ (дата обращения: 14.10.2022).
4. Mindscan: офиц. сайт. URL: http://mindscan.ru/ (дата обращения: 14.10.2022).
5. Характеристика системы Яндекс. Блоги. URL: https://soware.ru/products/yandexblogs (дата обращения: 14.10.2022).
6. Обзор средства аналитики Picalytics. URL: https://dnative.ru/catalog/obzory/statistika-i-analitika-v-instagram/picalytics/ (дата обращения: 14.10.2022).
7. Эксперт: объем данных в мире к 2025 году вырастет более чем в пять раз. URL: https://tass.ru/ekonomika/6209822 (дата обращения: 14.10.2022).
8. Смартфон для Homo ludens. URL: https://stimul.online/articles/innovatsii/smartfon-dlya-homo-ludens/ (дата обращения: 14.10.2022).
9. О чем «говорят» изображения: анализ визуального контента на базе технологий машинного обучения. URL: https://www.cossa.ru/trends/273082/ (дата обращения: 14.10.2022).
10. Hours of video uploaded to YouTube every minute as of February 2020. URL: https://www.statista.com/statistics/259477/hours-of-video-uploaded-to-youtube-every-minute/ (дата обращения: 14.10.2022).

УДК 331.54: 331.101.5

РАЗВИТИЕ AGETECH ИННОВАЦИЙ КАК ИНСТРУМЕНТА ИНКЛЮЗИИ НАСЕЛЕНИЯ СТАРШИХ ВОЗРАСТОВ

Н. Н. Шестакова, М. Г. Джанелидзе, М. Б. Скворцова

Институт проблем региональной экономики РАН, Санкт-Петербург, Россия

N. N. Shestakova, M. G. Djanelidze, M. B. Skvortsova

Institute for Regional Economic Studies Russian Academy of Sciences, St. Petersburg, Russia

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы продвижения инноваций в сфере AgeTech, представляющей собой совокупность технологий, направленных на оказание услуг и производство товаров, таргетированных на постоянно растущую демографическую группу пожилых. Обозначены направления и возможности, предоставляемые инновационными технологиями гражданам старших возрастных групп. Выделены два критерия классификации товаров и услуг для населения старших возрастов. Рассмотрены перспективы развития AgeTech в сферах труда, медицины, коммуникаций, социальной защиты и поддержки граждан старших возрастов. Намечены перспективные ниши рынка в сегменте российского AgeTech.

Ключевые слова: население старших возрастов, инклюзия населения старших возрастов, AgeTech инновации, серебряная экономика.

I. ВВЕДЕНИЕ

Усиливающаяся глобальная тенденция старения населения требует от мирового сообщества поиска путей сохранения в этих условиях темпов экономического и социального прогресса. Эти поиски «гармонизации развития общества и его демографических изменений» [1] ведутся как в теоретическом, так и прикладном направлениях.

В теоретическом плане они реализуются в осмыслении воздействия увеличения доли населения старших возрастов на экономическое развитие и попытки демпфирования этого воздействия путем включения граждан старших возрастов в полноценную социальную, экономическую, политическую, образовательную и иную жизнь общества. Этот подход нашел свое отражение в ряде соответствующих научных теорий и концепций (активная теория оптимального старения/теория активности, концепция успешного старения, концепция активного/здорового долголетия, концепция общества для всех возрастов). Сегодня в национальном научном дискурсе самой востребованной из них является концепция активного долголетия.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

ВОЗ определяет активную старость как «процесс оптимизации возможностей в плане здоровья, участия и безопасности в целях повышения качества жизни по мере старения людей»[17]. В документе ВОЗ «Рамочная стратегия активного долголетия» (2002) активное долголетие определено как «процесс оптимизации возможностей для обеспечения здоровья, участия в жизни общества и защищенности человека с целью улучшения качества его жизни в ходе старения» [3, p.12].

На практике реализовать принцип активного долголетия возможно различными путями и способами. В частности, посредством продвижения сегмента серебряной экономики, ориентированной на удовлетворение потребностей граждан старших возрастов в специальных продукции и услугах; улучшения их медицинского и социального обслуживания, повышения пенсионного обеспечения и проч.

В эпоху цифровой экономики у общества и государства появляется новое эффективное средство и направление инклюзии граждан старших возрастов в жизнь общества: развитие ассистивных инновационных технологий (AgeTech).

Тематика AgeTech, хоть пока и несколько формально, но тем не менее уже затрагивается в программных документах национального уровня. Так, в ключевом российском документе в отношении населения старших возрастов – Стратегии действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2025 года [4] в разделе «Приоритетные направления Стратегии» упоминаются два пункта, имеющие отношение к инноватике: «стимулирование разработки и производства инновационных товаров, учитывающих специфику возраста, включая медицинские изделия» и «стимулирование разработки и внедрения ассистивных, вспомогательных и компенсационных технологий».

III. ТЕОРИЯ

Инновационные технологии влияют на возможности здорового старения, позволяя людям в более поздних возрастах проживать более полноценную жизнь. Приведем некоторые направления и возможности, предоставляемые инновационными технологиями гражданам старших возрастных групп:

– поддержание физической формы и умственной активности,

– более длительная независимая жизнь в собственном доме,

– раннее выявления заболеваний и контроль хронических болезней,

– поддержание социальных связей, общение и снижение изоляции,

– возможности удаленной работы.

Если обратиться к серебряной экономике, как сегменту народнохозяйственного комплекса, ориентированному на потребителей старшего возраста [5, с.9], то эксперты ожидают, что он способен стимулировать экономический рост широкого спектра новых областей, в число которых аналитики ЕС включают[18]:

• **Подключенное здравоохранение,** представляющее собой различного рода устройства на основе смартфонов и услуги мобильного здравоохранения (для получения онлайн-рецептов и программных приложений, связанных со здоровьем);

[17] В рассматриваемом контексте интересно и определение *пожилого человека*, данное в том же документе: «человек, возраст которого превысил среднюю ожидаемую продолжительность жизни при рождении». См.: [2, с. 295].

[18] Составлено авторами с использованием материалов сайта проекта NOCCA [6].

• **Робототехника,** базирующаяся на искусственном интеллекте, помогает стареющим людям быть независимыми в своей повседневной жизни (пока реализуется на уровне разработки приложений для смартфонов и игр), является потенциальным способом улучшения социальной жизни пожилых;

• **Интегрированный уход**, объединяющий ИКТ-решения для мониторинга и поддержания здоровья пожилых людей в их домах и квартирах (в этом секторе в европейских государствах имеется мощная промышленная база);

• **Технология умного дома**, обеспечивающая пожилым комфорт и удобство. Домашняя автоматизация, включая домашнюю робототехнику (домотику - domotica), дополненную подключенным здравоохранением в рамках интегрированной модели ухода. Ориентирована на поддержание и удлинение периода сохранения самостоятельности и независимости[19];

• **Носимые технологии** (умные часы, фитнес-трекеры, умная одежда и очки, медицинские устройства и информационно-развлекательные гаджеты), также способствующие ведению населением старших возрастов активного и здорового образа жизни;

• **Беспилотные автомобили** (полностью или частично автономные транспортные средства**)**, реализующие технологии автономных транспортных средств и вспомогательные технологии. Облегчат управление автомобилем для пожилых людей;

• **Интерактивная платформа**, позволяющая сформировать коммуникационные площадки для взаимодействия по вопросам оказания услуг/помощи молодым населением пожилым гражданам по проблемным направлениям;

• **Коммуникационные технологии;**

• **Цифровые инструменты инвестирования (в том числе пенсионного);**

• **Цифровой банкинг.**

Очевидно, что все приведенные выше позиции относятся к инновационным направлениям, включающим и цифровую экономику.

Феномен, представляющий собой совокупность инновационных технологий, направленных на оказание услуг и производство товаров, предназначенных для постоянно растущего числа пожилых людей, получил наименование AgeTech.

С точки зрения авторов, весь спектр товаров и услуг населению старших возрастов может быть разделен, по крайней мере, по двум признакам:

по их сферам жизнедеятельности:

сфера труда;

сфера коммуникации;

сфера досуга;

сфера медицинской помощи, профилактики заболеваний и реабилитации;

сфера социальной защиты и помощи/поддержки;

по отраслям производства сферы AgeTech:

медицина,

бионика,

электроника,

информационно-коммуникационные технологии,

материаловедение,

дизайн и проч.

Рассмотрим необходимость и перспективы развития AgeTech в некоторых из обозначенных сфер.

AgeTech инновации в сфере труда имеют большой потенциал в плане удлинения трудового периода человека как за счет процессов автоматизации/роботизации, снижающей требования к физическим возможностям человека, так и за счет использования технологий, обеспечивающих сенсорную и когнитивную поддержку. Это немаловажный фактор, поскольку, по данным международной консалтинговой компании BCG [7], к 2050 г. доля работников категории 50+ среди трудоспособного населения составит 30% (в 2010 г. этот показатель не превышал 10%). Согласно прогнозам, в ближайшие 10 лет на долю работников 65+ придется чуть более половины (52%) прироста трудовых ресурсов.

[19] Соответствует термину «Старение на (своем) месте», означающему «возможность вести безопасный, независимый и комфортабельный образ жизни в своем доме и сообществе вне зависимости от возраста, дохода или уровня жизнеспособности. Старение на своем месте расширяет данную концепцию, охватывая также возможность жить в месте, в наибольшей степени соответствующем индивидуальным потребностям и предпочтениям человека, которое может быть (а может не быть) своим домом». См.: [2, с. 281].

Расширение цифровой активности пожилых людей открывает новые возможности для их профессиональной самореализации с возрастом и потенциально может стать дополнительным источником использования их рабочей силы и, соответственно, экономического роста.

Как отмечается в докладе Европейского парламента, главная область, которая будет процветать в мире, полном пожилых, — медицина. Президент и главный исполнительный директор Siemens USA Эрик Шпигель считает, что старение населения усиливает интерес к инновациям, связанным со здоровьем. «По мере того как население становится старше, мы должны вкладывать больше средств в профилактику, раннее выявление и лечение всех серьезных заболеваний, таких как диабет, деменция и болезнь Альцгеймера, кардиологические заболевания или рак» [Цит. по: [8]]. Однако, как отмечается в выводах отчета HelpAge International и AARP Global AgeWatch Insights (2018), «систематическая нехватка данных о доступе пожилых людей к здравоохранению или их проблемах со здоровьем… означает отсутствие достаточных данных для эффективного планирования и функционирования систем здравоохранения» [9]. В России, как стране, обладающей огромной территорией, этот аспект приобретает форму межрегиональных различий в доступности пожилых к медицинским услугам, которые принципиально также могут быть в той или иной степени нивелированы с помощью технологий AgeTech.

Если обратиться к сфере коммуникации, то, по мнению специалистов, оказывается, что рынок специализированных мобильных устройств и приложений для старшего поколения в РФ практически пуст: существующие устройства и приложения не ориентированы на потребности пожилых и не адаптированы для использования ими.

Таким образом, можно говорить не только о наличии реальных возможностей и перспектив развития отечественных программных продуктов, ориентированных на потребности старших поколений, но и о возможностях их реализации инновационными хозяйствующими субъектами, работающими в этой области.

К продуктам, предоставляемым AgeTech инновациями в сфере социальной защиты и помощи/поддержки граждан старших возрастов, следует отнести:

– успешно функционирующие мобильное приложение «Социальный навигатор» (запущено в 2018 г. Фондом социального страхования РФ),

– перевод ряда функций Министерства труда и социальной защиты РФ, Пенсионного фонда РФ, Фонда социального страхования РФ, а также учреждений медико-социальной экспертизы и службы занятости и предоставляемых ими населению услуг в онлайн формат,

– реализация в рамках Концепции цифровой и функциональной трансформации социальной сферы (2021) комплекса проектов «Стратегическое направление в области цифровой трансформации социальной сферы», включающих следующие подпроекты: «Единая централизованная цифровая платформа в социальной сфере», «Единый контакт-центр взаимодействия с гражданами», «Электронный кадровый документооборот» и «Модернизация государственной службы занятости населения») [10].

Представляется, что тенденция распространения цифровых технологий в сфере социальной защиты и помощи/поддержки граждан старших возрастов имеет широкие перспективы.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Представители серебряного возраста не представляют собой однородной группы. Это относится не только к их экономическому положению, профессиональной принадлежности, образованию, социальному статусу, но и к состоянию здоровья, физическим и психическим качествам - существует значительное разнообразие в том, как люди стареют (так, биологический возраст двух людей с одинаковым паспортным возрастом может различаться на 10-12 лет) и с возрастом различия в здоровье, доходах и благосостоянии, как правило, увеличиваются.

Как следствие, паспортный возраст в меньшей степени характеризует их состояние, большую роль играют их конкретные качества и индивидуальные проблемы - политика рынка труда должна быть ориентирована не столько на возраст, сколько на характеристики работников, как это уже имеет место для более молодых групп.

Непризнание обществом принципиальной неоднородности возрастной группы 60+ лет, во-первых, не отражает значительного разнообразия в старении и существенного неравенства, которому это способствует, как внутри, так и между возрастными группами. Во-вторых, скрывает существенные изменения в поведении части этой группы, которые уже произошли в ответ на увеличение продолжительности жизни и требуют своего исследования.

Еще одним фактором, формирующем условия для экономики долголетия являются возможности возвращения к работе после выхода на пенсию в новых формах организации труда (неполного рабочего дня, удален-

ной работы, индивидуального предпринимательства, самозанятости, работы по договорам, волонтерства и т.д.). К сожалению, они пока не стали сколько-нибудь устойчивыми формами трудоустройства.

Эксперты выделяют следующие перспективные ниши рынка в сегменте российского AgeTech [11]:

– IT-решения и сервисы поиска сиделок, медсестер, уборщиц, сопровождающих. Целесообразно создание платформ для организации совместного проживания;

– IT-решения для комфорта и безопасности пожилых людей (роботы-помощники, голосовые напоминания, кнопки безопасности, датчики экстренной видеосвязи, определения местоположения, сервисы информационной поддержки и проч.);

– Технологии мониторинга здоровья (портативные кардиокомплексы, приборы для лабораторной диагностики (измерения сахара, сатурации), оценки других показателей с возможностями отправки сведений врачу, родственникам, вызова медпомощи при критических значениях);

– Гаджеты и ПО для пожилых (смартфоны, планшеты, программы с упрощенным интерфейсом и минимально требуемым функционалом, крупным шрифтом, возможностью связи нажатием одной кнопки, голосовым управлением);

– Адаптивная и биовосприимчивая, умная одежда и обувь [12], помимо прочего использующая хайтек-технологии и встроенные гаджеты.

– Сервисы онлайн-образования, организации мероприятий и досуга, позволяющие пожилым осваивать широкий круг новых компетенций и способствующие преодолению социальной изоляции.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, изложенное позволяет сделать следующие выводы.

Одним из вариантов (векторов) упреждения негативных последствий старения является разработка и внедрение высоких технологий в интересах граждан старших возрастных групп. Этот тезис содержательно полностью укладывается в вывод, к которому пришли эксперты международной неправительственной организации HelpAge International[20]. «Меры политики по удовлетворению потребностей пожилых людей должны дополняться активными усилиями по адаптации общества к демографическому переходу и построению общества для всех возрастов, как это предусмотрено в ММПДС[21].

Настойчивые меры в течение всего жизненного цикла и меры для сплочения поколений должны обеспечить упреждающее направление в политике по старению. Упреждающий подход необходим для уменьшения негативных последствий старения населения и использования потенциала зрелого общества.

Мир должен быть обеспечен четким видением и практическими инструментами для адаптации к демографическому переходу. По сути, политика старения должна быть заменена политикой долголетия» [13].

Следует отметить, что пандемия привела к увеличению инвестиций в разработку технологических решений для пожилых людей. Но для реализации возможностей, потенциально предоставляемых технологическим прогрессом, как сами AgeTech-инновации, так и их имплементация в общественную жизнь должны быть инклюзивными. Сама цифровизация создает дополнительные проблемы для старших поколений, недостаточно владеющих цифровыми и коммуникационными технологиями, необходимыми для пользования высокотехнологичной продукцией или услугами. Кроме того, эти группы населения зачастую имеют двигательные и сенсорные ограничения, лимитирующие использование ими современных технологий.

А это, соответственно, вызывает потребность в инновационных решениях, вспомогательных/аддитивных технологиях и специализированных товарах и услугах, адаптированных к потребностям, возможностям и предпочтениям пожилых людей, что приводит, в свою очередь к развитию отраслей серебряной экономики. Эти отрасли не только начинают играть большую роль для улучшения качества жизни и поддержки независимой жизни в поздних возрастах, но и приобретают все большее значение и потенциал в качестве значимого сектора экономики.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ

Работа выполнена в 2022 г. в рамках выполнения плана фундаментальных НИР ФГБУН ИПРЭ РАН на 2021-2023 годы.

[20] HelpAge International - международная неправительственная организация. Помогает пожилым людям отстаивать свои права, бороться с дискриминацией и преодолевать бедность, чтобы они могли вести достойную, безопасную, активную и здоровую жизнь.

[21] Мадридский международный план действий по проблемам старения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Руководство по осуществлению Мадридского международного плана действий по проблемам старения на национальном уровне. Организация Объединенных Наций. Департамент по экономическим и социальным вопросам. Нью-Йорк, 2008. 201 с. URL: https://www.un.org/esa/socdev/ageing/documents/papers/guide-ru.pdf (дата обращения: 15.10.2022).

2. Всемирный доклад о старении и здоровье. Всемирная организация здравоохранения (World Health Organization). 2016. 316 с. URL: https://www.afro.who.int/sites/default/files/2017-06/9789244565049_rus.pdf (дата обращения: 19.10.2022).

3. Active Ageing: A Policy Framework (Активная старость: директивные рамки), WHO/NMH/NPH/02.8,WHO, 2002, 60 p. URL: http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/67215/WHO_NMH_NPH_02.8.pdf?sequence=1 (дата обращения: 19.10.2022).

4. Стратегия действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2025 года, утв. Распоряжением Правительства РФ от 5 февр. 2016 г. № 164-р. URL: http://base.garant.ru/71322816/ (дата обращения: 15.10.2022).

5. Серебряная экономика в мире. Компании для всех возрастов, Агентство стратегических инициатив, Фонд Президентских грантов. 2018. 23 с. URL: https://drive.google.com/file/d/1tDYeBy-GmdSPBvtVI_-qyn4aKOa5G92i/view (дата обращения: 26.10.2022).

6. The European Silver Economy (October 7, 2019). URL: The European Silver Economy | Haaga-Helia (nocca.eu)(дата обращения: 15.10.2022).

7. Стареющий мир: немного цифр и фактов. URL: http://www.age-diversity.ru/articles/stareyushchiy-mir-nemnogo-cifr-i-faktov (дата обращения: 15.10.2022).

8. Чернышов П. На пути к маразму. Население земли стремительно стареет. Это стало глобальной проблемой. URL: https://lenta.ru/articles/2019/04/04/oldworld/ (дата обращения: 26.10.2022).

9. Global AgeWatch Insights 2018: Report, summary and country profiles. URL: http://globalagewatch.org/reports/global-agewatch-insights-2018-report-summary-and-country-profiles/ (дата обращения: 25.10.2022).

10. Стратегическое направление в области цифровой трансформации социальной сферы, относящейся к сфере деятельности Министерства труда и социальной защиты РФ. URL: http://static.government.ru/media/files/Rlc35PPvCP7TZlA968CdCPuk916nh8WX.pdf (дата обращения: 25.10.2022).

11. Горюнов М. «Серебряные» стартапы: как новые проекты повышают качество жизни пожилых (8 апреля 2021) URL: https://vc.ru/services/230222-serebryanye-startapy-kak-novye-proekty-povyshayut-kachestvo-zhizni-pozhilyh?ysclid=lb7r4jicc7630358515 (дата обращения 15.10.2022).

12. Одежда будущего: как современные технологии меняют моду. URL: https://style.rbc.ru/items/5abdf81d9a79477d5bfbe372 (дата обращения: 15.09.2022).

13. Празднование, обычная дата или признание неудачи? 20 лет Мадридскому международному плану действий по проблемам старения. URL: https://www.helpage.org/newsroom/latest-news/celebration-observation-or-recognition-of-failure-20-years-on-from-the-madrid-international-plan-of-action-on-ageing (дата обращения: 29.10.2022).

УДК 656.6

АВТОМАТИЗАЦИЯ И ЦИФРОВИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ВНУТРЕННЕГО ВОДНОГО ТРАНСПОРТА

Ю. В. Шляпина, Д. Б. Газизова

Омский институт водного транспорта – филиал ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет водного транспорта», г. Омск, Россия

Y. V. Shlyapina, D. B. Gazizova

Omsk Institute of Water Transport - branch of the Siberian State University of Water Transport, Omsk, Russia

Аннотация: В статье исследуется состояние автоматизации и цифровизации управленческих функций судоходной компании. Приведены результаты изучения информационной системы одного из крупнейших предприятий внутреннего водного транспорта в Сибирском регионе. На основе обобщения данных определены недостатки информационной системы исследуемого предприятия.

Ключевые слова: автоматизации и цифровизации управленческих функции, информационная система транспортного предприятия, информационная система судоходной компании.

I. ВВЕДЕНИЕ

Транспортный комплекс России является одним из самых протяженных в мире, однако одним из существенных его недостатков является недостаточный уровень автоматизации и цифровизации управленческих функций, что значительно ограничивает инновационное развитие транспортной системы России. Вследствие этого, уровень производительности труда транспортного комплекса России в 2-4 раза ниже, чем в развитых странах, величина валового внутреннего продукта на одного работника транспорта – в 2-3 ниже уровня развитых стран, низкий уровень автоматизации документооборота и т.д.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Автоматизация и цифровизация видов транспорта происходит неравномерно. Среди лидеров этого процесса можно отметить воздушный и железнодорожный виды транспорта, к сожалению, внутренний водный транспорт в процессе автоматизации и цифровизации находится в числе аутсайдеров Все вышеизложенное обуславливает необходимость исследования состояния и тенденций автоматизации и цифровизации предприятий внутреннего водного транспорта [7].

III.ТЕОРИЯ

Процесс автоматизации транспортных предприятий берет начало в 90-е годы XX века, когда предприятия транспорта в новых экономических условиях почувствовали необходимость внедрения информационных систем в управление транспортно-логистическими процессами. Конкуренция на рынке транспортных услуг постоянно ужесточается, что заставляет перевозчиков более эффективно использовать свои ресурсы. В таких условиях очевидно, что эффективная деятельность любого транспортного предприятия уже невозможна без внедрения информационных систем [2].

На сегодняшний день существует значительное количество систем и программных продуктов для транспортных компаний. Однако большинство из них предназначено для предприятий автотранспорта. Среди этих информационных систем следует отметить систему «АвтоПеревозки» (разработчик ООО «Компания «АвтоСофт») [4], программный комплекс «АвтоПлан» (разработчик компания «АвтоПлан») [5], программу «1С:Предприятие 8. Управление Автотранспортом» (разработчик фирма «1С» [1], программы компании Форес: «Генеральные грузы», «Сборные грузы», «Учет заказов», «Учет автотранспорта» [8] и целый ряд других. В то же время разработка автоматизированных систем судоходных компаний только набирает обороты и на рынке они представлены сравнительно недавно в значительно меньшем количестве.

Анализируя деятельность судоходных компаний в функциональной части информационной системы можно выделить следующие подсистемы:

−эксплуатационная подсистема – автоматизация организации перевозок в соответствии с планами и заданиями, управление транспортным процессом;

−техническая подсистема – автоматизация обеспечения технического обслуживания и готовности подвижного состава к работе;

−управленческая подсистема – автоматизация планирования, обеспечения и учета ресурсов, учет выполнения производственно-финансовой деятельности.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Далее будут представлены результаты исследования состояния автоматизации управленческих функции судоходной компании. В качестве объекта исследования выступила одна из крупнейших судоходных компаний в Сибирском регионе России, осуществляет свою транспортную деятельность по перевозке грузов и пассажиров.

Информационная система рассматривалась на примере работы трех подразделений судоходной компании: отдел по работе с персоналом, служба эксплуатации флота, отдел по грузовой и коммерческой работе. В каждом подразделении исследователями были выделены укрупненные функции и проанализировано программное обеспечение, применяемое для автоматизации этих функций. Результаты исследования представлены в таблице 1.

Таблица 1

Фрагмент информационной системы судоходной компании

Укрупненная функция	Программное обеспечение
Отдел по работе с персоналом	
Оформление приема, перевода и увольнение работников плавсостава и береговых подразделений	конфигурация «1С: Зарплата и управление персоналом»; онлайн-сервис ПФР (для ведения электронных трудовых книжек)
Учет профессиональных и личных качеств работников, проверка соответствия их профессиональным стандартам	конфигурация «1С: Зарплата и управление персоналом»; правовая система «КонсультантПлюс» (просмотр стандартов),
Изучение потребности в кадрах. Прогнозирование и планирование кадров	частично конфигурация «1С: Зарплата и управление персоналом»
Поиск, набор и отбор персонала	
Аттестация персонала, обучение, повышение квалификации и переподготовка персонала	продукты MS Office: MS Word, MS Excel система электронного документооборота «ЕВФРАТ-Документооборот»
Аттестация рабочих мест	
Адаптация персонала. Мотивация персонала. Построение карьеры, формирование кадрового резерва	
Служба эксплуатации флота (диспетчерский отдел)	
Организация эффективной эксплуатации пассажирского флота	онлайн-сервис построения диаграммы Ганта
Организация безопасного плавания судов по внутренним водным путям	вручную вычерчивают график исполнения движения
Планирование и учет работы флота	продукты MS Office: MS Word, MS Excel система электронного документооборота «ЕВФРАТ-Документооборот»
Разработка лимитов средств по комплексному обслуживанию флота (КОФ) по каждому судну	
Предоставление оперативной отчетности, подготовка проектов приказов о вводе и выводе судов из эксплуатации	
Организация обеспечения потребностей флота в горюче-смазочных материалах и их рациональное использование	
Отдел по грузовой и коммерческой работе	
Заключение договоров и соглашений на перевозку грузов, буксировку плавобъектов, выполнение погрузочно-разгрузочных работ	система электронного документооборота «ЕВФРАТ-Документооборот
Составление ежегодного план-прогноза межпристанской корреспонденции перевозок грузов и на его основе проекта годового бюджета с помесячной разбивкой по видам перевозок, родам груза, доходам	продукты MS Office: MS Word, MS Excel частично 1С: Предприятие
Оперативный учет и анализ выполнения планов-прогнозов перевозки грузов, погрузо-разгрузочных работ, сдачи флота в аренду, полученных от этих видов деятельности доходов	
Анализ действующих тарифов и разработка предложений по их совершенствованию	

Анализируя информационную систему судоходной компании, можно сделать ряд выводов. Прежде всего, в ходе анализа выявлено, что в судоходной компании она «лоскутного» типа и строится как на готовых (коробочных) решениях (например, «1С: Зарплата и управление персоналом», «ЕВФРАТ-Документооборот», «КонсультантПлюс»), так и на онлайн-сервисах (например, сервис ПФ, сервис построения диаграммы Ганта). Применение готовых (коробочных решений) предоставляет предприятию и пользователям следующие преимущества:

– наличие сопровождения системы разработчиком;

– тщательное тестирование предлагаемой системы разработчиком, быстрое выявление ошибок с помощью большого круга пользователей;

– качественное документирование системы;

– периодические улучшения или усовершенствования системы разработчиком;

– возможность сосредоточить ресурсы организации на поддержке работы системы, а не на разработке, и другие.

Использование продуктов фирмы 1С и система электронного документооборота «ЕВФРАТ-Документооборот позволяет сотрудникам разных отделов обмениваться информацией в единой информационной среде.

Проведенное исследование выявило, что часть функций не автоматизирована или автоматизирована частично с помощью прототипов – стандартного программного обеспечения MS Office: MS Word, MS Excel. Использование стандартных продуктов обусловлено отсутствием у судоходной компании готовых (коробочных) решений для автоматизации той или иной управленческой функции. Однако следует отметить, что прототипы не могут быть столь же эффективны как готовое решение.

Анализ информационной системы судоходной компании позволяет сделать вывод, что базовые параметры, специалисты, а так же техническая оснащенность предприятия находятся на достаточно высоком уровне, однако информационная система имеет следующие недостатки:

– «лоскутный» тип информационной системы, обуславливает отсутствие единой информационной среды и усложнение информационных потоков компании;

–проблемы интеграции нескольких программных продуктов различных разработчиков;

–отсутствие автоматизации или частичная автоматизация некоторых функций приводит к дополнительной рутинной работе сотрудников, снижению оперативности работы компании.

«Лоскутная» автоматизация транспортных предприятий — это объективный и необходимый этап развития. До настоящего момента к комплексной автоматизации не были готовы ни разработчики программного обеспечения, ни судоходные компании. Положительными итогами «лоскутной» автоматизации стали накопленный опыт, осознание серьезности задач автоматизации судоходных компаний, необходимости их коррекции и дальнейшего развития.

V. ВЫВОДЫ

В настоящий момент на рынке представлено несколько программных продуктов для комплексной автоматизации деятельности судоходных компаний. Среди них универсальная комплексная система учёта перевозок грузов речным и морским транспортом компании «1С-Рарус» [3], система по управлению флотом и судоходными компаниями фирмы «1С-Рарус-НН» [6]. Данные продукты позволяют увеличить эффективность процесса планирования загрузки судов, выполнять все функции управления судоходной компании в едином контуре, уменьшают время на подготовку аналитической отчетности, увеличивают скорость процесса обмена информацией.

Проведенное исследование вызвало большой интерес со стороны руководства судоходных компаний Сибирского региона. Кафедре экономики и управления на транспорте рекомендовано расширить тематику научных, курсовых и выпускных квалификационных работ за счет тематики, просвещенной изучению программных продуктов для автоматизации и цифровизации управленческих функции предприятий транспорта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. 1С: Предприятие 8. Управление Автотранспортом. Стандарт. URL: https://solutions.1c.ru/catalog/autotransport-standart/features (дата обращения: 14.10.2022).

2. Демидов Д. В. Информационное обеспечение автотранспортных систем: учеб.-метод. пособие. Екатеринбург, 2015. 37 с.

3. Завершена работа по автоматизации системы учета судоходной компании «В. Ф. Танкер». URL: https://rarus.ru/press/news/264871/ (дата обращения: 14.10.2022).

4. Описание системы «АвтоПеревозки». URL: https://www.autosoft.ru/products/trucking3/ (дата обращения: 14.10.2022).

5. Программный комплекс для управления автотранспортным хозяйством АвтоПлан. URL: https://avtoplan.ru/lp/?utm_source=yandex&utm_ medium=cpc&utm_campaign=pramie-poisk&utm_term=управление%20автотранспортом&utm_ content=none&yclid=6601855941630026279 (дата обращения: 14.10.2022).

6. Создание единой информационной среды оперативного учета (ЕИС) на базе «1С:ERP» для АО «Судоходная компания «Волжское пароходство». URL: https://eawards.1c.ru/projects/sozdanie-edinoy-informacionnoy-sredy-operativnogo-ucheta-eis-na-baze-1s-erp-dlya-ao-sudohodnaya-kompaniya-volzhskoe-parohodstvo-s-unikalnoy-otraslevoy-podsistemoy--107830/ (дата обращения: 14.10.2022).

7. Транспортная стратегия Российской Федерации до 2030 года с прогнозом на период до 2035 года. URL: http://static.government.ru/media/files/7enYF2uL5kFZlOOpQhLl0nUT91RjCbeR.pdf (дата обращения: 14.10.2022).

8. Форес: Автотранспорт. URL: http://www.fores-it.ru/1s-otraslevye-resheniya/#1 (дата обращения: 14.10.2022).

УДК 330.342

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА – ПУТЬ К РАЗВИТИЮ СТРАНЫ

Р. И. Эгамбердиев
Наманганский инженерно-технологический институт, город Наманган, Узбекистан

R. I. Egamberdiyev
Namangan Institute of Engineering and Technology, Namangan city, Uzbekistan

Аннотация: На данной статье рассмотрена одна из актуальных тем на сегоднещний день: Формирование инновационной экономики в стране. Были разобраны условия перехода на инновационную экономику западных стран, этапы развития промышленного производства и создания специализированного научно-исследовательского института по проблемам разработки приоритетных направлений инновационной деятельности в Республике Узбекистан.

Ключевые слова: инновация, теория длинных волн, развитие, промышленность, инновационная деятельность, инвесторы, стратегия действий.

Переход к инновационной модели развития является важнейшим условием сохранения высоких темпов экономического развития Узбекистана. В этой связи особую актуальность приобретает разработка методов осуществления такого перехода.

Переход западных стран на инновационный путь развития экономики происходил в качественно иных условиях, и они не сталкивались с теми препятствиями, которые возникли на этом пути в настоящий период. Прежде всего, речь идет о жесткой конкурентной среде на рынке инновационной продукции, посткризисных проблемах в экономике и исчерпании потенциала того институционального механизма, который обеспечивал развитие науки в прежний период.

Теория длинных волн в развитии экономики, разработанная Д.Кондратьевым, показывает, что научно-технический прогресс происходит не равномерно, а циклично. В настоящий период западные страны столкнулись с проблемой поиска новых механизмов активизации и повышения эффективности научной и инновационной деятельности. Прямым следствием замедления темпов научного и инновационного развития стал кризис 2008-2009 годов. Поэтому пути, позволяющие осуществить переход к современной инновационной экономике, в настоящее время остаются недостаточно познанными для всех государств мира, вне зависимости от того уровня технологического развития, который был ими достигнут в прежний период.

Любая страна, добившаяся определенного рывка в этом направлении по сравнению с другими странами, неминуемо приобретет и более широкие возможности для завоевания и закрепления своих позиций в новой экономической нише передовых инновационных продуктов. Это позволит обеспечить в данной стране стабильные темпы экономического роста и повышение уровня жизни ее населения. Поэтому для Узбекистана задача разработки новых, эффективных способов построения инновационной экономики является наиболее важным приоритетом в развитии экономической науки. Успешное решение этой задачи позволит Узбекистану не только войти в группу наиболее экономически развитых стран мира, но и обеспечить высокие темпы роста благосостояния его населения.

Для того чтобы подойти к разработке методов формирования современной инновационной экономики, необходимо определить те препятствия, которые в настоящий период не позволяют развитым странам сохранять прежние темпы своего экономического развития. То есть, необходимо раскрыть основные факторы, обусловившие возникновение мирового экономического кризиса, а также выявить причины сохранения негативных тенденций в настоящий период. Существовавший прежде механизм включения нового витка технологического развития, обеспечивавший преодоление экономических кризисов, в настоящее время оказывается недостаточным. В мировой экономике за последний период появились такие новые факторы, которые оказались серьезным препятствием для запуска этого механизма.

В предшествующие посткризисные периоды оздоровление мировой экономики обычно начиналось с подъема инновационно-инвестиционной сферы производства. Механизм этого процесса состоял в следующем порядке передачи импульса развития к отдельным частям экономической системы. То есть, такого импульса, который, передаваясь от предприятия к предприятию и от отрасли к отрасли, обеспечивал их функционирование и развитие:

1. Переход к новой ступени технологического развития и появление на предприятиях отдельных отраслей производства передовых инновационных разработок обеспечивал на этих предприятиях рост производительности труда. Это приводило к снижению себестоимости выпускаемой продукции и повышению эффективности производственной деятельности. Из-за лучшего соотношения цены и качества продукция данных предприятий приобретала повышенный потребительский спрос.

2. Увеличение прибыльности и стабильность ее получения на данных предприятиях приводили к росту инвестиционных вливаний в развитие этих предприятий, а также других предприятий данной отрасли. Капитал, до этого сохраняющийся в драгоценных металлах, сырье и недвижимости, начинал изыматься из этих форм своего размещения и направляться в производство и разработку новых инвестиционных проектов. Вследствие этого происходило увеличение занятости населения и рост объемов продукции, выпускаемой промышленными предприятиями.

Данные изменения приводили к росту экономической активности в смежных отраслях производства. Также это влияло на оживление деятельности в сфере услуг. После этого в экономике начиналась цепная реакция распространения мультипликационного эффекта и происходило оживление всей экономики. Трудовые ресурсы в еще большей мере втягивались в общественное производство. Платежеспособный потребительский спрос населения начинал возрастать. Через рыночные индикаторы он начинал подавать прямые сигналы производству в необходимости еще большего предложения товаров и услуг.

Экономика начинала выздоравливать и постепенно выходить из кризиса.

По данной схеме, традиционной для всех прежних экономических кризисов, должны были бы протекать события и кризиса 2008-2009 гг. Однако какие-то новые препятствия сдерживали запуск механизма оздоровления мировой экономики. Поэтому четкой и ясной тенденции преодоления кризиса в мировой экономике пока не наблюдается.

Чем можно объяснить подобное развитие событий? Очевидно, что за период последних десятилетий что-то существенно изменилось в производстве знаний или в других каких-либо компонентах мировой экономической системы.

При самом общем подходе к выявлению того, чем отличается современный посткризисный период от всех предшествующих, обращает на себя внимание то обстоятельство, что в настоящий период экономическая активность в инновационное- инвестиционной сфере развитых стран мира оказалась значительно ниже, чем в докризисный период. Об этом, прежде всего, свидетельствует ситуация, сложившаяся с объектами вложениями предпринимателями собственных свободных финансовых средств.

Мировые цены на золото, серебро и другие ликвидные товары поднялись до рекордных рубежей и прочно закрепляются на этих высотах. Такая ситуация красноречиво свидетельствует о том, что инвесторы не испытывают доверия к вложениям в новые инновационные разработки и научно-исследовательские проекты. Пока тихая гавань вложений капитала в драгоценные металлы, ресурсы и недвижимость представляется для них более предпочтительной, чем рискованные вложения в новые технологические разработки.

На формирование такого экономического поведения инвесторов решающее воздействие оказали следующие обстоятельства: массовое обрушение стоимости акций, вложенных в информационные технологии в 2000 году и существенное замедление развития науки в настоящий период. Потеряв значительный инвестиционный капитал в результате финансового краха большого количества инновационных проектов, инвесторы в настоящее время стали гораздо более осмотрительно подходить к своим дальнейшим вложениям в новые инновационные проекты.

Кроме этого, за последние десятилетия вклад науки в производство оказался значительно беднее и скромнее, чем тот технологический прорыв, который был осуществлен в середине XX века. Таким образом, в качестве основного препятствия на пути преодоления современного экономического кризиса можно обозначить низкую эффективность научно-исследовательской деятельности и отсутствие прорывных инновационных разработок, способных существенно повысить уровень производительности общественного труда.

В новых условиях для достижения высоких темпов развития науки требуется создание нового механизма активизации и стимулирования труда для научных работников и конструкторов. Это оказалось необходимо вследствие того, что прежний механизм, основывающийся на конкуренции, создаваемой противостоянием двух политических систем и гонкой вооружений, перестал существовать. Задача создания нового механизма активизации труда для научных работников и конструкторов актуальна сегодня для всех стран мира, стремящихся осуществить переход своей экономики на инновационный путь развития. Для Узбекистана, разрабатывающего новые методы построения инновационной экономики, важна выработка правильных представлений об основных факторах, обеспечивающих развитие науки в современных условиях. Поэтому рассмотрим главные конструкционные особенности формирования новой системы организации современной научной и инновационной деятельности.

Наука, как и любая другая производственная деятельность, может эффективно функционировать только при наличии высокой трудовой мотивации в среде ученых и конструкторов. Основным условием для обеспечения трудовой активности данных работников является функционирование такой системы институтов, которая обеспечивала бы необходимый уровень соответствия между мерой труда и мерой вознаграждения этих работников.

Важно отметить, что создать раз и навсегда наиболее эффективный механизм активизации труда в науке и инновационной деятельности невозможно. По мере развития науки и увеличения объема, накопленных человечеством знаний, сложность научных исследований непрерывно возрастает. Этот фактор определяет необходимость в периодическом изменении институциональной системы активизации научного и конструкторского труда, приведении его в соответствие с достигнутым уровнем развития научного знания и изменившимися методами его получения.

С момента перехода человеческих обществ к промышленному этапу развития экономики и вплоть до настоящего периода можно выделить две наиболее общие модели организации научно-исследовательской и конструкторской деятельности.

На первом этапе развития промышленного производства модель организации научно-исследовательской и конструкторской деятельности была основана на институциональном механизме согласования интересов между двумя субъектами инновационного процесса - между предпринимателем и изобретателем.

На втором этапе развития промышленного производства модель организации научно-исследовательской и конструкторской деятельности была основана на институциональном механизме согласования интересов уже между тремя субъектами инновационного процесса. Помимо предпринимателя и ученого или конструктора, специализирующегося на разработке прикладных проблем науки, еще одним субъектом инновационного процесса стал ученый, специализирующийся на разработке фундаментальных проблем науки.

Появление нового субъекта инновационного процесса определило невозможность использования прежней модели организации научной деятельности. Это было связано с тем, что предприниматель оказался уже не в состоянии самостоятельно обеспечить эффективную организацию и управление научной и изобретательской деятельностью, как это происходило прежде. Для этого у предпринимателя не стало хватать компетенции в специальных научных знаниях. Данный феномен был впервые рассмотрен в 1962 году в книге известного английского ученого Томаса Куна «Структура научных революций», которая стала фундаментом современной методологии науки, предопределив само понимание науки и научного знания в современном обществе.

Все эти процессы имеют большое значение для развития мировой экономики. Дело в том, что рост экономики в современных условиях, главным образом, определяется фактором инновационного развития и поэтому он становится невозможен без появления новых, более эффективных производственных технологий. Экономический рост, обеспечиваемый экстенсивными факторами, уже не является основным, как это было в прежние исторические периоды. Потенциал экстенсивного развития после освоения человечеством всей территории Земли, пригодной для современного производства, оказывается все менее значимым.

Поэтому, по мере снижения темпов развития науки и инновационной деятельности, последствия этого процесса стали постепенно распространяться и на другие сферы и сектора экономики. Первым сектором экономики, ощутившим на себе замедление темпов развития инновационного процесса, стал финансово-банковский сектор. Банкиры, основываясь на прежних тенденциях роста экономики, не предполагали возможность такого скорого и масштабного замедления развития и поэтому значительная часть, выданная ими кредитов, оказалась безвозвратно потерянной. Кризис банковской сферы, рост безработицы, падение потребительского спроса привело к распространению кризисных явлений и на отрасли производственной сферы. Падение потребительского спроса увеличилось в еще большей мере, что неизбежно отразилось и на увеличении числа незанятого населения.

Все это дает основание для предположения в том, что преодоление кризисных явлений произойдет только после создания новой системы активизации труда в инновационной сфере экономики и появлении новых технологических разработок, обеспечивающих существенный рост производительности общественного труда. Только возникновение такой ситуации в производстве сможет обеспечить привлечение в него крупных инвестиций и, как следствие, обеспечить сокращение числа безработных и увеличение платежеспособного спроса населения.

В настоящий период процесс создания эффективной системы организации и управления современной наукой наталкивается на два препятствия: первое - создание новых критериев для оценки труда больших научных коллективов, возглавляемых генеральными конструкторами; второе - создание новых институциональных механизмов, способных обеспечить эффективное развитие фундаментальной науки.

Для решения этих проблем необходимо создание конкурентной среды. То есть, необходимо создание большого количества научных коллективов и конструкторских бюро, работающих над одними и теми же проблемами и задачами. Только при таком подходе в среде научных коллективов вновь сможет возникнуть та са-

мая жесткая конкуренция, которая обеспечивала успешное развитие науки в прошлом столетии. Только на этом пути возможно создание прорывных новаторских технологий и, как следствие, привлечение массовых частных инвестиций в инновационную сферу экономики.

В настоящее время научные центры и конструкторские бюро в количестве, необходимом для создания конкурентной среды, самостоятельно возникнуть не могут. Для этого необходима сильная государственная политика, направленная на создание условий, необходимых для развития науки и инновационных технологий.

Исходя из этого, в посткризисный период существенным образом должна быть изменена стратегия инвестиционной политики в таких развитых и развивающихся государствах, которые стремятся перейти к инновационному типу развития. Основным направлением новой инвестиционной политики должны стать не массовые вложения в развитие производства и не усиление социальной политики государства, а создание такого количества научных подразделений и конструкторских бюро, которое было бы достаточным для формирования конкурентной среды. В настоящий период в этом и состоит одно из главных направлений системы мер по выходу из мирового экономического кризиса.

Данные рекомендации в полной мере применимы и для стран с переходной экономикой, в том числе и для Узбекистана. При этом необходимо учитывать, что в Узбекистане созданы условия для формирования инновационной экономики намного более благоприятные, чем во многих других странах мира.

Прежде всего, это относится к наличию в стране высокого научного потенциала, накопленного за предшествующий период. Другим важным фактором является политика Президента Узбекистана, целенаправленно проводящая в жизнь все необходимые условия для развития инновационной экономики.

В Узбекистане имеются признанные в мире крупные научные школы по многим направлениям развития фундаментальной науки. В этой связи необходимо отметить, что наличие развитой фундаментальной науки в современном мире является прерогативой только незначительного числа западных стран. Политика Президента Республике Узбекистана позволила сохранить и обеспечить развитие науки в стране, она во многом определила высокий образовательный уровень молодежи, ее ценности и ее устремленность к обретению новых знаний.

В целях дальнейшего ускорения перехода экономики Узбекистана на инновационный путь развития необходимо усилить координирующие функции государства по организации и управлению научно-исследовательской деятельностью, а также проектно-конструкторскими разработками. Для этого было бы необходимо изыскать возможности для создания специализированного научно-исследовательского института по проблемам разработки приоритетных направлений инновационной деятельности в Республике Узбекистан. Основными задачами, выполняемыми данным институтом, должны стать следующие:

- разработка проекта комплексного плана научно-исследовательских и проектно-конструкторских разработок в Республике Узбекистан с определением оценки приоритетности данных исследований для развития экономики Узбекистана;
- создание конкурентной среды в деятельности научных школ и конструкторских бюро;
- разработка специальных методов оценки полученных результатов научной и конструкторской деятельности, создание новых методов их стимулирования и поощрения;
- подготовка комплексных предложений по использованию созданных в республике новых инновационных технологий в экономике страны;
- разработка новых подходов к рациональному распределению бюджетных средств, выделяемых на развитие науки и инновационной деятельности;
- разработка стратегии и инструментов привлечения финансовых средств на развитие науки и инновационной деятельности из частного сектора и из внешних источников.

Создание подобного института позволит значительно усилить координацию научных исследований и инновационной деятельности, подчинить работу научно-исследовательских учреждений и сети конструкторских бюро единой цели, повысить экономический эффект от деятельности инновационной сферы и усилить престиж научно-исследовательского и конструкторского труда.

Кроме этого, в республике необходимо создать совместно с иностранными инвесторами ряд крупных научно-производственных объединений по производству сложной, высокотехнологичной продукции, ориентированной на внешние рынки. В настоящий период для выхода страны на передовые рубежи научно-технического развития необходимо обеспечить, помимо развития малого инновационного бизнеса, создание также крупных субъектов инновационной экономики, способных на равных конкурировать с крупными зарубежными фирмами в области создания и производства новых, перспективных инновационных технологий.

Современный этап развития экономики Узбекистана характеризуется его стабильностью. Так как за последние десять лет темп роста ВВП в республике составил в среднем 8 процентов. Только в 2017 году уровень ВВП снизился до 5,3 процента.

Экономика Узбекистана представляет более сотни отраслей разного направления. И далее экономика Узбекистана сохранит этот курс.

Предложенная Президентом страны Ш.Мирзиёевым программа «Стратегия действий по пяти важнейшим направлениям государственного и экономического развития на 2017-2021г.» определила стратегию перехода экономики республики на инновационный путь развития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан : указ Президента Республики Узбекистан от 07 февр. 2017 г., № УП-4947. URL: https://lex.uz/ru/docs/3107042 (дата обращения: 30.11.2022).

2. Об утверждении Стратегии инновационного развития Республики Узбекистан на 2019-2021 годы : указ Президента Республики Узбекистан от 21 сент. 2018 г., № УП-5544. URL: https://lex.uz/uz/docs/3913186?ONDATE=23.08.2021&ONDATE2=24.08.2022&action=compare (дата обращения: 30.11.2022).

3. О мерах по дальнейшему совершенствованию системы практического внедрения инновационных идей, технологий и проектов : постановление Президента Республики Узбекистан от 2 апр. 2018 г., № ПП-3682. URL: https://lex.uz/docs/3711925 (дата обращения: 30.11.2022).

4. Щербаков В. Н. Ключевые проблемы инновационной деятельности промышленного предприятия // Бизнес в законе. 2012. № 6. С. 288–292.

5. Ходжаева М. Я. Анализ современных взглядов на сущность конкурентоспособности как фактора инновационного развития. Теоретико-методологический семинар. «Факторы инновационного роста научной экономики». Филиал РЭУ имени Плеханова в г. Ташкенте. 2014.

УДК 330.341.1; 331.538

КОМПЕТЕНЦИИ РАБОТНИКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ФАКТОРЫ ТРАНСФОРМАЦИИ И ВОЗМОЖНОСТИ ТРУДОУСТРОЙСТВА

Е. В. Янченко

Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю. А., г. Саратов, РФ

E. V. Yanchenko

Saratov State Technical University named after Yuri Gagarin, Saratov, Russian Federation

Аннотация. Четвертая промышленная революция и кризис пандемии обусловливают изменение форм и практик трудовых отношений, правил осуществления трудовой деятельности, определяют новые требования к набору компетенций работника. Актуальным представляется обоснование факторов трансформации компетентностной модели, выявление особенностей формирования компетенций с позиции их влияния на возможности трудоустройства. В статье раскрыты теоретические основы исследования компетенций с учетом влияния на возможности трудоустройства; установлена позитивная динамика показателей соотношения уровня занятости и безработицы, продолжительности поиска работы, соответствия трудоустройства выпускников полученной специальности, что доказывает рост возможностей трудоустройства.

Ключевые слова: компетенции, работа, возможности трудоустройства, рынок труда, цифровая трансформация.

I. ВВЕДЕНИЕ

В 21 веке радикальные изменения в сфере труда, вызванные такими глобальными факторами, как пандемия COVID-19 и цифровой прорыв, определили спектр проблем в области подбора, трудоустройства, занятости персонала для компаний различных стран мира и российских, в том числе. С развитием информационно-компьютерных, цифровых технологий и ростом масштабов автоматизации сама модель работы, трудовых отношений, а следовательно, и компетенций, востребованных на рынке труда, подвергается трансформации. Некоторые традиционные рабочие места ликвидируются, а модель удаленной занятости становится новой нормой, особенно в период пандемии COVID-19. Современные коммуникационные технологии заменяют поездку на

работу, и передовые компании по всему миру с целью удержания и мотивации наиболее ценных сотрудников инициируют политику дистанционной занятости – работы из «любого места» [1].

Пандемия COVID-19 способствовала изменению структуры мотивации работников к труду. Анализ причин текучести персонала за последнее время показал смену восприятия работниками модели занятости и собственных жизненных целей. Достижение некоторого среднего уровня благосостояния способствует тому, что доминантой выбора определенной формы занятости (модели работы) становится не столько величина заработка, сколько соотношение времени работы-отдыха, режим занятости [2]. Работники покидают рабочие места в поисках нестандартных форм занятости, дающих возможность достигать личные цели вне сферы профессиональной деятельности, оставляющие свободное время для досуга, семьи и личной жизни. По мнению Л. Г. Титаренко, Р. В. Карапетяна, исследующих влияние цифровизации на трудовую сферу, новая модель трудовых отношений «...должна включать оценку свободного времени как важнейший ценностный ориентир для работника, как исходную компоненту его всестороннего развития» [3, с. 68].

На арену рынка труда выходит поколение Z, не заинтересованное в стандартных, долгосрочных трудовых отношениях, ориентированное на работу в данный момент и готовое к переходу на новую работу в любой момент. Мотивация к частой смене работы и готовность к этому, распространение проектной организации труда, работы «под заказ», платформенной занятости апеллирует к постоянному накоплению знаний, навыков, к вариабельности компетенций [4]. Организации вынуждены конкурировать за привлечение рабочей силы с широким спектром различных компетенций, в частности, цифровых, за так называемые «таланты». Значимость имеет не столько базовое профессиональное образование, подтверждаемое наличием дипломов, сколько навыки, опыт работы, спектр компетенций и умение адаптировать их под решение конкретных задач. При этом стремление максимально автоматизировать повторяющиеся рабочие процессы, заменить живую рабочую силу роботами, способствует вымыванию «средне-ресурсных» работников и поляризации рынка труда (на одном полюсе – персонал с высоким уровнем компетентности, на другом – персонал с низким уровнем). В своих исследованиях некоторые авторы отмечают, что снижение востребованности персонала средней квалификации на рынке труда может привести к отказу от продолжения образования, совершенствования своих навыков, что обусловливает потерю квалификации, рост численности экономически неактивного населения и падение производительности труда по стране в целом. В мире доля молодежи от 15 до 25 лет, которая нигде не учится и не работает, составляет 15 %; актуализируется проблема поколения NEET (англ. «Not in Education, Employment or Training» - не имеет образования, не учится и не работает) [5]. Как отмечает Р.П. Колосова, «самой быстрорастущей стратой современного общества взамен исчезающего среднего класса – основы и опоры сложившегося в предшествующую эпоху социально-экономического и политического миропорядка оказывается прекариат [6], а прекаризация становится «классическим» видом социально-трудовых отношений (наряду с партнерством, дискриминацией и т.п.» [6, с. 250].

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В литературных источниках широко и подробно рассматривается проблематика цифровой трансформации общества (например: [7], [8]), влияния ее на трудовую сферу и рынок труда. Смена модели работы обусловливает изменение требований рынка труда к рабочей силе и, следовательно, компетенциям работника. Современная модель компетенций работника, соответствующая текущему этапу научно-технической революции, апеллирует к конкретизации и уточнению с позиции возможностей трудоустройства, т.е., тех факторов, которые в конечном итоге и формируют данную компетентностную модель.

Гипотеза исследования заключается в том, что трансформация модели компетенций происходит не только под воздействием объективных процессов цифровой трансформации, эволюции содержания труда под влиянием процессов автоматизации, цифровизации, но и в связи с субъективными процессами изменения системы ценностей и трудовой мотивации работника. Цель исследования состоит в развитии концептуальных основ формирования современной модели компетенций работника, определении детерминант изменений с позиции обусловленности возможностей трудоустройства.

Задачи исследования: 1) раскрыть факторы трансформации; 2) определить черты новой модели; 3) установить причинно-следственные связи влияния на возможности трудоустройства.

III. ТЕОРИЯ

Для характеристики уровня профессиональной подготовленности кадров в настоящее время в системе образования широко используется компетентностный подход. Компетентность специалистов-выпускников рассматривается как цель образовательного процесса, а компетенции – как его результат. Содержание категории

«компетенция» раскрывается в литературе по-разному. Например, в работе [9] проведен обзор понятий, используемых в рампах компетентностного подхода; обосновано определение компетенции как совокупности способностей, которыми обладает личность, необходимых для результативного выполнения профессиональных задач.

Исследуя трансформацию модели компетенций под воздействием процессов цифровизации, Можаева Г. В. и соавторы называют в качестве детерминант данного процесса: адаптацию системы федеральных образовательных стандартов к потребностям цифровой экономики (внедрение цифровых компетенций); рост численности населения, в целом, и выпускников вузов, в частности, владеющих цифровыми навыками; расширение масштабов использования передовых инновационных технологий для решения профессиональных задач, например, задач управления, в том числе, государственного (организация работы онлайн-сервисов для получения государственных услуг); обострение проблем информационной, финансово-экономической безопасности и безопасного использования электронных данных; рост доступности и открытости образовательных возможностей (через интернет-сеть, мобильный интернет); актуализация для специалиста формирования индивидуальной траектории развития [10, с.50]. Однако некоторые из перечисленных факторов трансформации хоть и выступают как стимулы развития цифровых компетенций, но сами являются следствием объективных процессов цифровой трансформации модели работы и, следовательно, запроса рынка труда.

Возможности трудоустройства исследуются в отечественной экономике труда в основном с позиции социально уязвимых на рынке труда категорий граждан: инвалидов, выпускников учебных заведений, работников предпенсионного возраста. Сам термин «возможности трудоустройства» современными российскими авторами не уточняется, поэтому концептуальные основы сформированы на базе иностранных литературных источников. В них «возможность трудоустройства» определяется как способность работников получать и сохранять работу на протяжении всей своей карьеры [11]. Под способностью здесь понимается сочетание знаний, навыков и других качеств рабочей силы, т.е. компетентностный набор.

Рассмотрение возможностей трудоустройства с позиции компетентностного подхода характерно для сферы профессионального образования, поскольку именно здесь приняты соответствующие стандарты обучения, результатом которого должен являться определенный набор компетенций. Предполагается, что возможность трудоустройства выпускника обусловлена наличием у него соответствующих компетенций. Работодатель получает формализованную информацию о наличии того или иного набора компетенций у претендента на рабочее место из его резюме, документов об образовании, трудовой книжки. Однако возможность трудоустройства зависит не столько от знаний, навыков, которыми обладает работник, сколько от его компетентности (умения применить свои способности наилучшим образом в решении профессиональных задач), а также представить их работодателю в более выгодном свете. Кроме того, в качестве фактора влияния в литературе упоминаются личные обстоятельства [12] (социальный капитал, неформальные связи) и институциональная среда, структурирующая взаимодействия как в данном конкретном сегменте трудоустройства, так и на рынке труда в целом.

Исследователи из другой предметной области трактуют возможность трудоустройства с иной точки зрения. В управлении персоналом возможность трудоустройства определяется как «шансы человека на внутреннем и (или) внешнем рынке труда» [13], конкурентоспособность рабочей силы. Адаптация компетентностного набора к требованиям работодателя особенно актуализируется как предмет кадровой политики в настоящее время, поскольку помогает работникам выживать в условиях неопределенности внешней среды – действия мало контролируемых внешних факторов – технологического прогресса, старения населения, колебаний экономической конъюнктуры, глобальных климатических изменений и политической нестабильности. Трактовка возможности трудоустройства применительно не только к внутреннему рынку труда и требованиям конкретного работодателя, но и к внешнему рынку труда и запросам других работодателей, логична, поскольку способствует укреплению человеческого капитала, индивидуальному росту, т.е. развитию компетенций.

Интегрируя предметы исследования данной статьи для достижения его цели, определим понятие возможностей трудоустройства через понятие компетенций. Возможность трудоустройства представляет собой потенциал работника в виде определенного набора компетенций, конкурентоспособного и отвечающего изменяющимся требованиям рынка труда, для получения и сохранения рабочего места. Термин не является тождественным понятию занятости, поскольку выступает необходимым, но не достаточным условием получения работы.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ

Возможности трудоустройства прослеживаются через такие макроэкономические показатели, как уровень безработицы, уровень занятости (табл.1), продолжительность поиска работы, уровень занятости (безработицы) выпускников, окончивших учреждения профессионального образования и т.п.

Таблица 1

Уровень занятости и безработицы населения в возрасте 15–72 года, рф

Показатели	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Уровень занятости, %	65,3	65,7	65,5	65,6	64,9	63,7	64,9	63,9
Уровень безработицы, %	5,6	5,5	5,2	4,8	4,6	5,8	4,8	3,8
Соотношение занятых и безработных	11,7	11,4	12,6	13,7	14,1	11,0	13,5	16,8

Источник: рассчитано по данным Росстата (URL: https://rosstat.gov.ru/labour_force#).

Соотношение занятых к безработным растет: если в 2015 г. почти на 12 человек занятых приходится один безработный, то в 2022 г. это соотношение возрастает до 17 человек занятых на одного безработного, что свидетельствует о стабилизации российского рынка труда после кризиса пандемии 2020 г., результатом которого было падение соотношения занятых к безработным до 11 человек. Возможности трудоустройства укреплялись в кризисный период посредством мер государственной поддержки, например, грантов или беспроцентных кредитов предпринимателям на выплаты заработной платы. После осуществления таких мер пассивной политики на рынке труда, как перевод постановки на учет в службу занятости на дистанционный формат, упрощение требований в пакету документов, повышение минимального и максимального пособия по безработице (до МРОТ), выплаты на детей безработных, количество обратившихся официально безработных возросло, что также способствовало сокращению соотношения занятых к безработным.

Об улучшении возможности трудоустройства свидетельствует показатель продолжительности поиска работы, динамика которого идет на спад в период 2015-2020 гг. (рис.1). если в 2014 г. процент ищущих работу более 12 месяцев составлял 28,1%, то, по последним данным, на 2020 г. эта цифра сократилась до 18,8 %. Наибольшее количество претендентов на рабочие места (26,3%) ищет работу от 1 до 3 месяцев. Сокращается и средняя продолжительность поиска работы: с 7,3 месяцев в 2014 г. до 6,3 месяцев в 2020 г.

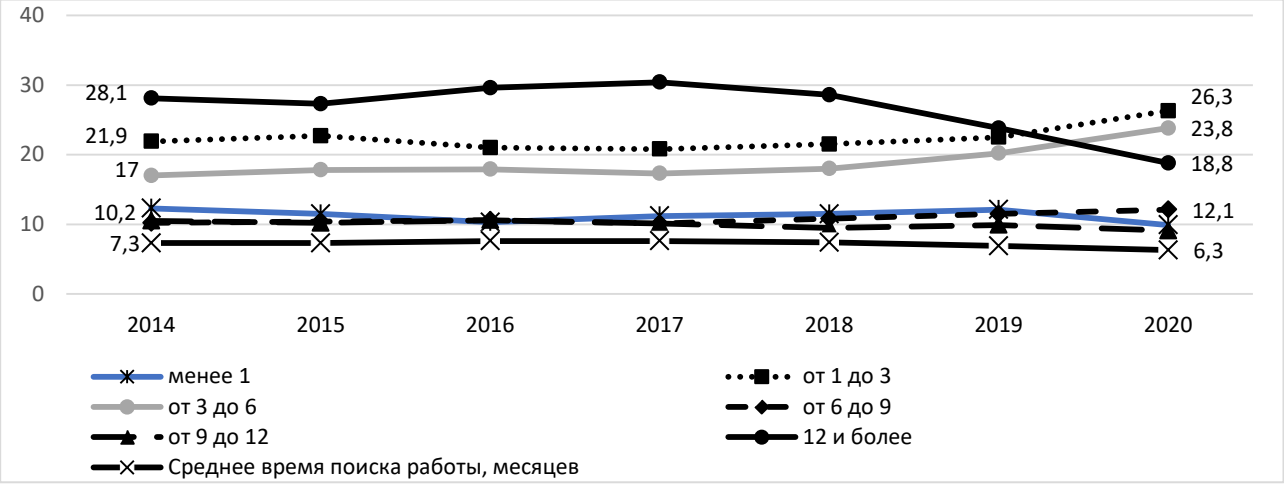


Рис. 1. Продолжительность поиска работы (построено по данным Росстата)

Поскольку обладание набором компетенций, отвечающих требованиям работодателя, отражает возможности трудоустройства выпускников учебных заведений, рассмотрим его динамику 2016-2020 гг. (табл. 2). Доля трудоустроенных выпускников, работа которых не связана со специальностью, полученной в образовательном учреждении, уменьшается по выпускникам высших и средних профессиональных учебных заведений. Растет доля выпускников, подготовленных по программам квалифицированных рабочих (служащих), трудоустройство которых не соответствует полученной специальности (табл. 2).

Таблица 2

Соответствие работы трудоустроенных выпускников, полученной в образовательной организации профессионального образования специальности

	Среднее профессиональное по программе подготовки специалистов среднего звена		Среднее профессиональное по программе подготовки квалифицированных рабочих (служащих)		Высшее профессиональное образование	
Годы выпуска	Соответствие, %	Несоответствие, %	Соответствие, %	Несоответствие, %	Соответствие, %	Несоответствие, %
2016-2018	57	43	50	50	64,9	35,1
2017-2019	58	42	56	44	70	30
2018-2020	59	41	54	46	74	26

Источник: Росстат (URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/trud_vps_2018-2020.xlsx).

Анализ статистических данных на 2019 год по выпускникам 2016-2018 гг. показал, что наибольшая доля несоответствий компетенций требованиям рынка труда характерна для сферы профессиональной подготовки специалистов среднего звена для сельского, лесного и рыбного хозяйства (69 % выпускников 2016-2018 гг. работают не по специальности), а также для сферы социологии и социальной работы (62% выпускников); при подготовке рабочих – для истории и археологии (65% выпускников), информатики и вычислительной техники (62%). Ситуация при подготовке специалистов среднего профессионального уровня для сферы сельского, лесного и рыбного хозяйства сохраняется в 2021 году по выпускникам 2018-2020 г. (63% выпускников трудоустроены не по специальности), а также по программам подготовки квалифицированных рабочих (61% выпускников, подготовленных для сферы сельского хозяйства). Высокий процент несоответствия в 2021 г., хоть и несколько сократившийся, остается по направлению истории и археологии (60% выпускников), а по программам подготовки квалифицированных рабочих – для сферы сельского, лесного и рыбного хозяйства (61%) и по технике и технологии строительства (61%). Последнее может объясняться локдауном и кризисом строительного производства в период пандемии, когда резко падает возможность сохранять свои рабочее места у рабочих-строителей.

Наибольший процент несоответствия работы выпускников вуза 2018-2020 гг. полученной специальности характерен для направлений политических наук и регионоведения (57%) и социологии и социальной работы (52%), наименьший – фундаментальной медицины (рис.2). Наименьший процент трудоустройства, не связанного с полученной в образовательной организации среднего профессионального образования, наблюдается по программам подготовки: наука о здоровье и профилактическая медицина – 1 %, фармацевтика – 5%, сестринское дело – 10%.



Рис. 2. Сферы максимального и минимального соответствия работы трудоустроенных выпускников высших учебных заведений 2018-2020 гг. полученной специальности.
Источник данных: Росстат – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/trud_vps_2018-2020.xlsx

Рынок труда в условиях цифровой трансформации и становления экономики знаний традиционно предъявляет высокие требования к компетентностному набору выпускника: среди лиц, получивших высшее профес-

сиональное образование, уровень безработицы ниже, чем среди получивших среднее профессиональное образование (табл. 3). По последним имеющимся статистическим данным, на 2021 г. уровень безработицы выпускников 2020 г. с высшим образованием составляет 11,2 %, со средним профессиональным по программам подготовки специалистов среднего звена – 14,1%, по программам подготовки квалифицированных рабочих (служащих) – 15,5%. Отмечается позитивная динамика по показателю трудоустройства выпускников, получивших дипломы в предшествующие годы: высшее образование - с 8,3% до 6,6%; среднее профессиональное – с 12,6% до 10,0%; начальное профессиональное – с 13,8 % до 11,7 %, что также свидетельствует о росте возможностей трудоустройства и востребованности полученных в учебном заведении компетенции.

Таблица 3

Уровень безработицы выпускников образовательных организаций

Имеют уровень образования	Уровень безработицы, %								
	Выпускники 2016-2018 гг.			Выпускники 2017-2019 гг.			Выпускники 2018-2020 гг.		
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
высшее	5,1	6,9	12,6	6,5	8,3	13,8	5,1	6,6	11,2
среднее профессиональное:									
по программе подготовки специалистов среднего звена	7,9	11,2	15,2	9,2	12,6	18,2	7,0	10,0	14,1
по программе подготовки квалифицированных рабочих (служащих)	10,2	12,1	17,4	10,5	13,8	17,7	8,9	11,7	15,5

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Приведенные выше результаты исследования свидетельствуют о восстановлении рынка труда в постпандемический период и укреплении возможностей трудоустройства. При этом наилучшими возможностями трудоустройства обладают лица, имеющие высшее профессиональное образование. Такие направления подготовки, которые связаны со здравоохранением, образованием и обороной, мало подвержены действию внешних экономических факторов, считаются, практически, бескризисными, поэтому представители данных сфер занятости обладают довольно устойчивой конкурентоспособностью в низко конкурентных сегментах рынка труда. Самый невысокий процент несоответствия между полученным образованием и местом работы характерен именно для сферы здравоохранения, что обусловлено ростом потребности в рабочей силе в данном сегменте рынка труда в особых условиях – в связи с пандемией коронавируса.

С макроэкономической точки зрения отсутствие возможностей трудоустройства способствует как фрикционной, так и структурной безработице, приводя к снижению производительности труда в экономике в целом. В дальнейшем это влияет на уровень благосостояния населения страны, основной показатель которого -валовой внутренний продукт (ВВП) на душу населения, на потенциал экономического роста, измеряемого как совокупным спросом, так и величиной ВВП.

Возможности трудоустройства отражают способности претендентов на рабочие места удовлетворять запросам рынка труда. В современных условиях это означает постоянное повышение квалификации, обновление компетентностного набора, особенно в секторах, где происходят быстрые технологические и организационные изменения. Ускорение научно-технического развития, цифровая трансформация и расширение масштабов использования сквозных, автоматизированных технологий нацеливают на постоянное обновление человеческого капитала – знаний, навыков во избежание их морального устаревания. Наиболее востребованными становятся следующие компетенции: высокий IQ и высшее профессиональное образование, академические знания и широкий спектр передаваемых навыков; сильная рабочая этика и позитивный настрой; аналитическое (критическое) мышление и умение решать проблемы; коммуникативная и культурная компетентность; владение цифровыми

технологиями; умение работать в команде, уверенность в себе и способность учиться на критике; гибкость, высокая адаптивность и умение действовать в условиях стресса и т.п. При этом компетентностная модель формируется из набора как технических (твердых), так и нетехнических (мягких) навыков. В современных условиях усложняется запрос работодателя как в отношении технических, так и некоторых нетехнических навыков. Возможности трудоустройства высоки у тех претендентов на рабочие места, чьи навыки можно объективно оценить и довольно высоко – на уровне эксперта. Весьма распространенное требование – владение информационно-компьютерными, современными коммуникативными и офисными технологиями, в частности, умение пользоваться программными приложениями (такими как электронные таблицы и базы данных), навыки ввода данных, работы с оргтехникой, владение иностранными языками и эффективное использование математики. Среди мягких навыков запросы работодателя связаны с обладанием такими личностными качествами, как оптимизм, здравый смысл, ответственность, честность, энтузиазм, соблюдение этики, а также навыками, которые можно практиковать, - эмпатия, работа в команде, лидерские качества, коммуникабельность и умение вести переговоры, способность к обучению, внимание к деталям и т.д.

С развитием соответствующих технологий процесс формирования востребованных на рынке труда компетенций упростился. Университеты, частные образовательные организации, конкурируя на рынке образовательных услуг, предлагают различные программы обучения, в том числе, доступные онлайн. Запрос современного рынка труда в основном связан с развитием передаваемых компетенций, т.е., способностей аккумулировать, адаптировать, корректировать и применять навыки в различных ситуациях, в разных социальных контекстах и когнитивных областях. Их можно использовать практически в любой работе или профессии, переносить с одной работы на другую, можно улучшать и совершенствовать, и, как правило, им трудно обучиться при освоении общеобразовательных программ или программ профессиональной подготовки. Примером могут быть такие социальные навыки, как умение слаженно работать в группе, взаимодействовать с другими. Данные компетенции считаются довольно сложными, поскольку базируются на личных интеллектуальных достижениях, более приспособленных к профессиональному поведению. Например, дисциплинарные навыки, опыт работы, осведомленность о рабочем месте или знание организационной культуры.

Непередаваемые навыки подразумевают такие компетенции, которые применимы специфично на конкретных рабочих местах, при выполнении определенных видов деятельности. Количество мест трудоустройства, на которых они могут быть востребованы, ограничено. Например, умение разрабатывать компьютерные программы определенного содержания.

Помимо метакогнитивных, культурных, лингвистических навыков, часто включаемых в современную модель компетенций, особо следует остановиться на так называемых сетевых навыках. Технический прогресс и эволюция коммуникаций способствуют проникновению в нашу жизнь онлайн социальных сетей, что актуализирует потребность в сетевых навыках как в социальной, так и в деловой сферах. Участие в них и умение грамотно пользоваться социальной или деловой сетью помогает при поиске работы, в карьерном продвижении, обучении или саморазвитии, поэтому способствует улучшению личных возможностей трудоустройства.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование позволило обосновать в качестве основного фактора трансформации модели компетенций процессы цифровизации, технологические изменения, сопровождающие четвертую промышленную революцию и становление Индустрии 4.0. Следствием данных изменений является рост благосостояния, трансформация ценностных установок работника и мотивации к трудовой деятельности, смена приоритетов и карьерных ориентиров, укрепление позиций сильно-ресурсного работника, обладающего ключевыми компетенциями и знаниями, в трудовых отношениях с работодателем.

Возможность трудоустройства представляет собой относительную способность индивида находить работу и оставаться занятым, а также совершать успешные переходы с одного места занятости на другое, равно как из данного сегмента рынка труда в иной в зависимости от обстоятельств.

Сокращение времени безработицы (продолжительности поиска работы), а также доли работников, чья работа не связана с полученным профессиональным образованием, низкий уровень безработицы среди лиц, имеющих высшее образование, по сравнению с получившими среднее и начальное профессиональное образование, свидетельствуют о расширении возможностей для трудоустройства, а, следовательно, и повышении степени соответствия совокупного компетентностного набора работника требованиям рынка труда.

Наилучшими позициями при поиске работы обладают лица, подготовленные по программам высшего профессионального образования. Возможности индивида к получению и сохранению занятости возрастают в процессе приобретения опыта, новых знаний, развития навыков, которые способствуют укреплению конкурентоспособности на рынке труда. Современная модель компетенций, востребованных на рынке труда, включает как технические/нетехнические, передаваемые/непередаваемые, так и контекстно-зависимые, контекстно-

независимые и метакогнитивные навыки. Преимущественно крепкими позициями на рынке труда обладают те работники, у которых наиболее широкий спектр разнообразных навыков, хотя бы некоторые из которых они демонстрируют на экспертном уровне.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бакут П. А., Жулина Ю. В., Иванчук Н. А. Обнаружение движущихся объектов / под ред. П. А. Бакута. М.: Сов. радио, 1980. 288 с.
2. Khludnev A. M., Kovtunenko V. A. Analysis of cracks in solids. Southampton. Boston: WIT Press, 2000. 120 p.
3. Реутов С., Сафронов Е. Комплектные поставки орудий труда как средство создания системы машин // Вопросы Экономики. 1985. № 1. С. 57–67.
4. Khludnev A. M., Kovtunenko V. A. Analysis of cracks in solids. Wit Press, 2000
5. Choudhury P., Foroughi C., Larson B. Work-from-anywhere: The productivity effects of geographic flexibility // Strategic Management Journal. 2021. Vol. 42. P. 655–683.
6. Cook I. Who is Driving the Great Resignation? // Harvard Business Review. URL: https://hbr.org/2021/09/who-is-driving-the-great-resignation (дата обращения: 27.10.22).
7. Титаренко Л. Г., Карапетян Р. В. Теоретическая и эмпирическая модели влияния процессов цифровизации на трудовую деятельность // Вестник Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. Серия 5. Экономика. Социология. Биология. 2022. Т. 12, № 1. С. 65–73.
8. Jayathilake H.D., Daud D., Eaw H.C., Annuar N. Employee development and retention of Generation-Z employees in the post-COVID-19 workplace: a conceptual framework // Benchmarking. 2021. Vol. 28. P. 2343–2364.
9. Бакал Л. Кто такие юные хикикомори и NEET. Не хотят работать, учиться и даже выходить из дома. Режим доступа // МЕЛ. URL: https://mel.fm/zhizn/razbor/5867142-yunyye-khikikomori-i-neet-oni-ne-khotyat-rabotat-i-uchitsya-i-chasto-stremyatsya-ne-vykhodit-iz-doma (дата обращения: 27.10.22).
10. Колосова Р. П. Мобилизационная модель трансформации российского рынка труда: методические подходы к анализу и регулированию // Приоритеты развития экономики в условиях цифровизации: материалы Междунар. науч.-практич. конф. Саратов: КУБиК, 2021. С. 247–254.
11. Павлинов И. А., Скодорова Л. К., Павлинова Е. И. [и др.] Цифровая экономика. Рыбница: Изд-во ПГУ, 2019. 260 с.
12. Корольков В. Е., Ерофеева Т. А. Цифровая трансформация экономики в условиях геоэкономической нестабильности : моногр. М.: Прометей, 2019. 160 с.
13. Масамиров, Б. С. О сущности понятий «компетенция» и «компетентность» в системе образования (краткий обзор литературы) // Эл агартуу. 2021. № 3–4. С. 48–53.
14. Можаева Г. В., Александрова Л. Д., Пуляева В. Н. Цифровые компетенции в модели актуальных компетенций управленческих кадров // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2020. Т. 10, № 6. С. 49–55.
15. Römgens I., Scoupe R., Beausaert S. Unraveling the concept of employability, bringing together research on employability in higher education and the workplace //Studies in Higher Education. 2020. Т. 45, Vol. 12. P. 2588–2603.
16. Bikse V., Grinevica L., Rivza B., Rivza P. Consequences and Challenges of the Fourth Industrial Revolution and the Impact on the Development of Employability Skills // Sustainability. 2022. Т. 14, Vol.12. P. 6970.
17. Van Harten, Cuyper De N., Guest D., Fugate M. [et al]. Special issue of international human resource management journal HRM and employability: an international perspective // The International Journal of Human Resource Management. 2017. Vol. 28. P. 2831–2835.

Секция 3. ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО: СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ, ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 338.48

ТУРИЗМ В ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Д. И. Васина, А. Ю. Горшенин
Омский государственный технический университет, Омск, Россия

D. I. Vasina, A. Y. Gorshenin
Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В статье рассматривается отрасль туризма в Омской области. Производится анализ показателей посещения туристами Омской области и внутреннего туризма жителей Омской области. Рассматриваются и описываются туристические маршруты. Производится оценка числа приезжих туристов с 2018 по 2021 года. Приводится статистика по активному отдыху в Омской области и предложениям туристических фирм. Производится сравнение числа коллективных средств размещения в Иркутской, Новосибирской, Омской и Тюменской областях.

Ключевые слова: туризм, пассивных отдых, активных отдых, туристическая поездка, коллективные средства размещения.

I. ВВЕДЕНИЕ

Туризм является наиболее популярным видом отдыха. В связи с нынешним положением в мире, санкциями и запретами, стоит обратить внимание в первую очередь на внутренний туризм нашей страны. Перспективы развития отечественного туризма на протяжении многих лет является ключевой проблемой экономики страны. Многие люди предпочитали отдых в Европе, Египте и Турции, что приводило к оттоку денежных средств за рубеж. В послековидный период была введена программа туристического кэшбека, которая в перспективе должна повысить популярность внутреннего туризма, что привело бы к дальнейшей экономической стабильности.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Задачей данного исследования является анализ внутреннего туризма Омской области и его развитие. Также сравнение развития туристической отрасли в разных регионах и сопоставление статистических данных Омской области, данным других регионов Сибирского Федерального округа.

III. ТЕОРИЯ

Как указано в работе [1], в 2012 году 52% омичей проводило свой отпуск, не выезжая за пределы региона, можно сказать, что за 10 лет этот показатель вырос до 67,1% [2]. По данным процентным показателям можно отметить, что прирост незначительный. За последние годы в Омске были отреставрированы исторические места, а также разработаны программы для развития туризма.

В Омской области появились четыре туристических маршрута. «На велосипеде по берегу Иртыша» протяженностью 20000 метров, который затрагивает: Евангелическо-лютеранская церковь, бульвар Победы, памятник Чокану Валиханову, концертный зал Омской филармонии, историко-культурный комплекс «Омская крепость». «Омская область за четыре дня» протяженностью 260000 метров, маршрут проходит через таинственную деревню Окунево, также на маршруте встречаются музеи, исторические памятники, архитектура и природа Омской области. «По следам Достоевского. Омск» протяженностью 260000 метров, данный маршрут погрузит в атмосферу середины XIX века. «Прогулка по центру Омска» протяженностью 3000 метров, на котором можно увидеть главные объекты города: старейшую в Омске библиотеку, Соборную площадь, Успенский кафедральный собор, историко-культурный комплекс «Омская крепость», академический театр драмы, музей изобразительных искусств.

Если судить по данным Ростуризма по числу туристических поездок в 2021-2022 годах [3], то в Омскую область приехало больше туристов в 2022 году, чем в 2021. Летом 2021 года в Омскую область приехало 79976 туристов, в то время как летом 2022 года приехало 129480. Статистика приведена на рисунке 1.

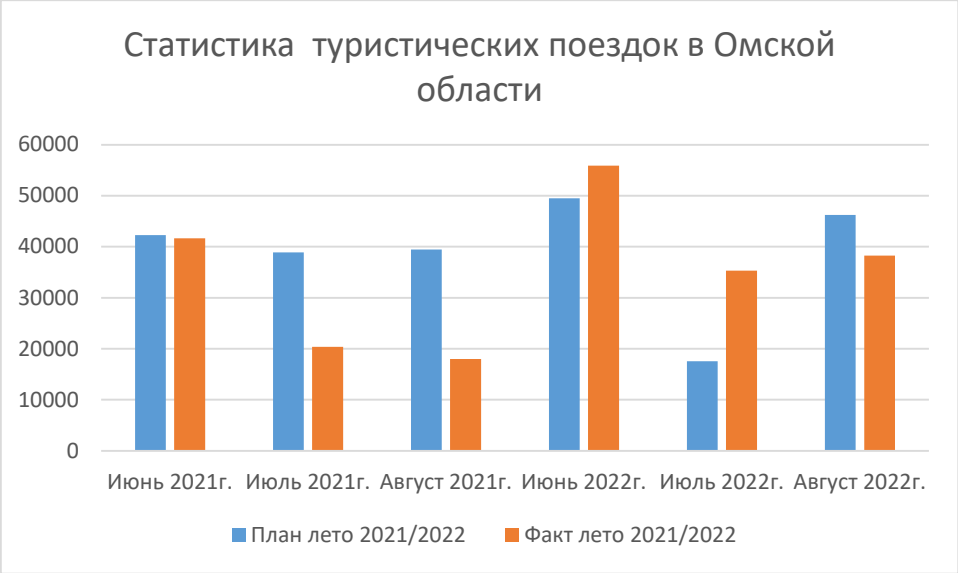


Рис. 1. Статистика туристических поездок в Омской области

Кроме современных туристических маршрутов в Омске не стоит забывать о популярных местах отдыха. Туризм в Омске условно можно разделить на активный и пассивный. В активный отдых входит посещение различных досугово-развлекательных мест. В зимнее время на территории Омского района активно провести свой день можно посетив СШ Крутая Горка, где организованы скоростной спуск, а для детей горка. А в летнее время для любителей экстрима и острых ощущений, проводят прыжки с парашютом 3 аэроклуба которые подготавливают парашютистов, к их числу относят: ДОСААФ, РОСТО и ВИРАЖ. Кроме аэроклубов, Омск насыщен ночными клубами и барами. По статистике портала территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Омской области насчитывается 587 гостиниц и ресторанов, из которых 428 ресторанов и 35 баров.

Изучать Омск в роли туриста можно как самостоятельно, так и при обращении к турагентству, которое подберет тур по запросу потребителя. После изучения портала территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Омской области, можно сделать вывод, что активные туристические туры предлагают многие туристические фирмы, но активные туры занимают всего 1% предложений от общего количества предложений туристических фирм [4].

Пассивный отдых. Для тех, кто не относит себя к стороннику активного времяпровождения, найдётся множество баз отдыха, которые расположены в экологически чистых зонах и территориях. В летнее время в городе организованы регулярные прогулки по Иртышу на теплоходах. Досуг можно провести за просмотром фильма или спектакля, так как в Омске представлено множество театров и кинотеатров, такие как кинотеатр «Маяковского» 1954 года постройки, Академический театр драмы, являющийся старейшим театром города, основанный в 1874 году, а также популярный своим внешним фасадом музыкальный театр. Если есть предпочтения изучения различной литературы, начиная от классики российского пера, заканчивая европейскими писателями, то безусловно подойдет библиотека имени А.С.Пушкина. В 2022 году в Омске была построена «G-Drive» арена на месте бывшей «Арены Омск», радовавшая гостей хоккейными матчами команды «Авангард». На протяжении четырех лет на этом же месте построили новую хоккейную арену, которая ежедневно собирает около 11 тысяч болельщиков, в перспективе в разгар сезона хоккейных матчей, это повысит туристический поток в регион. Можно подытожить, что Омск – это не только холодный город в Сибири, но и отличное место отдыха, как для молодежи, так и для всей семьи независимо от возраста и личных предпочтений.

По статистическим данным, основанным на таком показателе, как «проживание в коллективных средствах размещения» (гостиницы, отели, хостелы), за 12 месяцев 2019 года регион посетили более 500 тысяч человек. За аналогичный период 2018 года – 365 тысяч человек, в 2017 году эта цифра составила 340 тысяч человек. Таким образом, ежегодный прирост туристов составляет 7%. В 2020 году из-за пандемии и введенных ограничений показатель составил 340 тысяч человек. По итогам 2021 года – 450 тысяч.

По данным Единой межведомственной информационно-статистической системы [5] число коллективных средств размещения, а это основной показатель посещаемости региона туристами, в Омске по данным на 2021 год было зарегистрировано 236 средств. В таблице 1 приведена статистика с 2018 по 2021 год по числу коллективных средств размещения в Сибирском Федеральном округе на примере четырех регионов. Также по данным из таблицы 1 был составлен график для наглядного отображения статистических данных этих регионов по числу коллективных средств размещения. График представлен на рисунке 2.

Таблица 1

Статистика по числу коллективных средств размещения

Субъект Российской Федерации	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год
Иркутская область	374	390	395	497
Новосибирская область	351	339	343	352
Омская область	210	195	237	236
Тюменская область	219	259	260	292

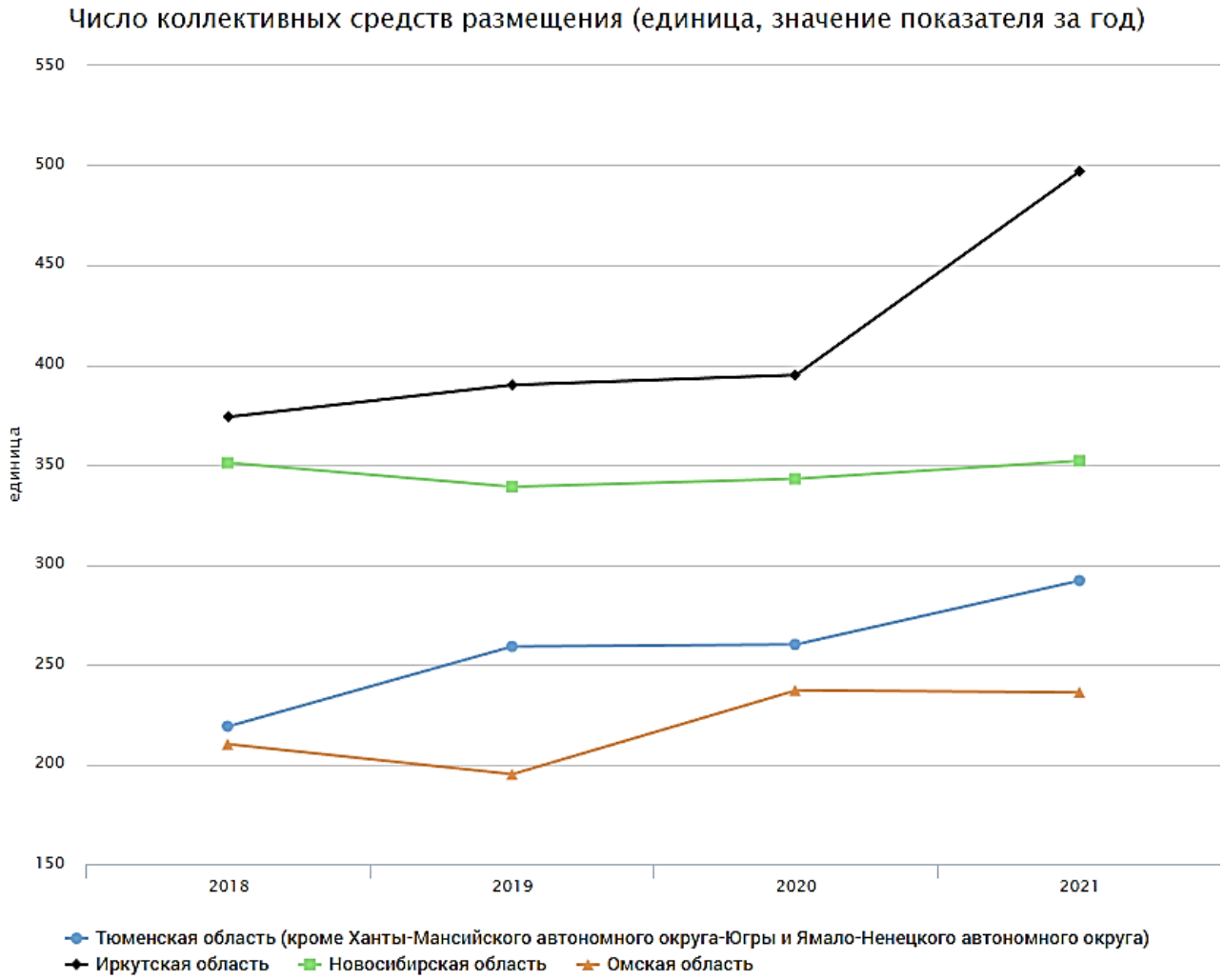


Рис. 2. Число коллективных средств размещения в Сибирском Федеральном округе

По данному рисунку видно, что наибольшее число коллективных средств размещения находится в Иркутской области и с каждом годом их число увеличивается. Из представленных областей – Омская область имеет самый низкий показатель.

IV. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По вышеприведенным данным можно сказать, что Омская область по сравнению с крупными городами Сибирского Федерального округа находится на последних позициях в области туризма. Но в перспективах развития региона и уже имеющихся туристических объектах, развлекательно-досуговых мест, у Омской области есть все шансы, чтобы увеличить прирост туристов.

В 2022 году 67,1% жителей Омской области проводят отпуск внутри региона. Также есть незначительный приток туристов из других регионов: в регион приехало на ~50 тысяч человек больше, чем в 2021 году. Но несмотря на увеличение приезжих туристов и количества жителей региона отдыхающих внутри региона, Омская область пока не может похвастаться лучшими показателями и занять высокую строчку в рейтинге регионов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Каштанов Н. Н., Курьяков И. А. Туризм в Омском регионе: состояние, проблемы и перспективы развития // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2013. № 2 (12). С. 35–38.

2. Портал территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Омской области. Инфографика. URL: https://omsk.gks.ru/infografika_torg (дата обращения: 25.10.2022)

3. Открытые данные Ростуризма. URL: https://opendata.tourism.gov.ru/7708550300-ChisloTurpoezdok/4 (дата обращения: 25.10.2022).

4. Портал территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Омской области. URL: https://omsk.gks.ru/ (дата обращения: 25.10.2022).

5. Единая межведомственная информационно-статистическая система URL: https://www.fedstat.ru/indicator/31579 (дата обращения: 25.10.2022).

УДК 338.48

АНАЛИЗ ТУРПОТОКА ПЕРСПЕКТИВНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ

Д. И. Васина, А. Ю. Горшенин

Омский государственный технический университет, Омск, Россия

D. I. Vasina, A. Y. Gorshenin

Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В настоящее время, в связи со сложившейся ситуацией в мире, многие туристические потоки были ограничены или вовсе изменены. Авторами рассмотрена данная проблема в формате анализа в формате туристического трафика на территории Российской Федерации. В частности, представлено описание крупных городов Российской Федерации и их достопримечательностей. Проведен анализ турпотока за период январь-август 2022 года и количества туристов за эти месяцы. Сделано сравнение по прибытию туристов по выбранным регионам. Проведен анализ и дано описание состояния внутреннего туризма страны.

Ключевые слова: турпоток, туризм, путешествие, достопримечательности.

I. ВВЕДЕНИЕ

В связи с современными ограничениями по доступности посещения зарубежных государств, обороты своего значения набирает российский туризм. Чем он может быть представлен? Активный отдых в горах, прогулки по лесу, сплавы по Катуни, морское побережье Черного моря и многое-многое другое. Но как проводить летнее время с пользой, чтобы сохранить все ресурсы такие как деньги и время, особенно, если ты студент. Есть множество способов сэкономить на приобретении билетов – авиабилеты, купленные в понедельник, акции на регулярные рейсы, студенческая скидка на билеты РЖД [1]. А, что если у тебя есть личный автомобиль? Тогда стоит выбрать именно этот вариант передвижения. Если не брать в расчет траты на амортизацию – то остаётся только стоимость бензина на дорогу, траты на еду, и затраченное время.

Как же с пользой доехать до окончательной точки пути, не устать в дороге и увидеть больше? Первое – это продумывание маршрута. Необходимо рассчитать максимальное количество дней на всю дорогу, включить в список крупные города, и в принципе можно собираться в путешествие. Второе – заранее просмотреть те достопримечательности, которые стоит посетить, и выбрать места для ночлега.

Если рассматривать маршрут Омск – Анапа, то стоит обязательно посетить Екатеринбург, Уфу, Нижний Новгород, Казань, Ростов-на-Дону. Екатеринбург - самый быстроразвивающийся город Урала – без внимания не останется улица Вайнера, бизнес-центр Высоцкий, где расположен музей и обзорная площадка, красивые здания - цирк, ТЦ Гринвич, и многое другое.

В Уфе конечно же без внимания не останется – памятник Салавату Юлаеву 1967 года, в высоту данный монумент достигает почти 10 метров. Он расположен в живописном месте, на краю скалы, где открывается вид на Белую реку.

Нижний Новгород – славится своим Кремлем, расположенным на улице Минина и Пожарского, знаменитых освободителей Москвы от польской оккупации. Летом вход на территорию Кремля – бесплатный, поэтому поток туристов минимален только к вечеру. Реконструкция башен, стен, памятники героям Великой Отечественной войны, а ещё немаловажно - Нижегородский Кремль является вторым по размерам Кремлем, после Московского. После прогулки по территории обязательно нужно пройти по набережной реки Волга – в летнее время можно посмотреть на быстроходные парусники и застать самый красивый закат.

Казань – главной достопримечательностью считается по праву, так же, как и в Нижнем Новгороде – Кремль. В состав Кремля входят: Официальная резиденция Президента Республики Татарстан, являющийся объектом Всемирного наследия ЮНЕСКО с 2000 года и культурного наследия России федерального значения [2]. Самая знаменитая мечеть «Кул-Шариф» – так же расположена в этом месте, но, если планируется посещение – необходимо продумать свой внешний вид и взять с собой платок, чтобы покрыть голову. Кремль расположен на возвышенности, поэтому с верхней точки обзора видно ЗАГС чашу и крупный ледовый дворец Татнефть.

Ростов–на–Дону по климату более благоприятный для пеших прогулок. После проведения Чемпионата мира по футболу в 2018 множество центральных улиц до сих пор готовы принять иностранных туристов. Архитектуру зданий можно оценить на Большой Садовой улице, которая является главной начиная с даты застройки 1781 году. А также Набережная имени Федора Ушакова порадует открывающимися видами на город с верхних палуб теплоходов.

За период с января 2022 по конец августа того же года количество турпотока данных регионов [3] представлено на рисунке 1.



Рис. 1. Турпоток регионов январь-август 2022

По данным из рисунка 1 следует, что с января по июнь 2022 года самый крупной по посещаемости является Республика Татарстан, а менее популярным направлением туризма – Республика Башкортостан.

По статистике за летний период 2022 года по данным, представленным на рисунке 2 можно отследить количество посещаемости данных городов, представленных ранее.

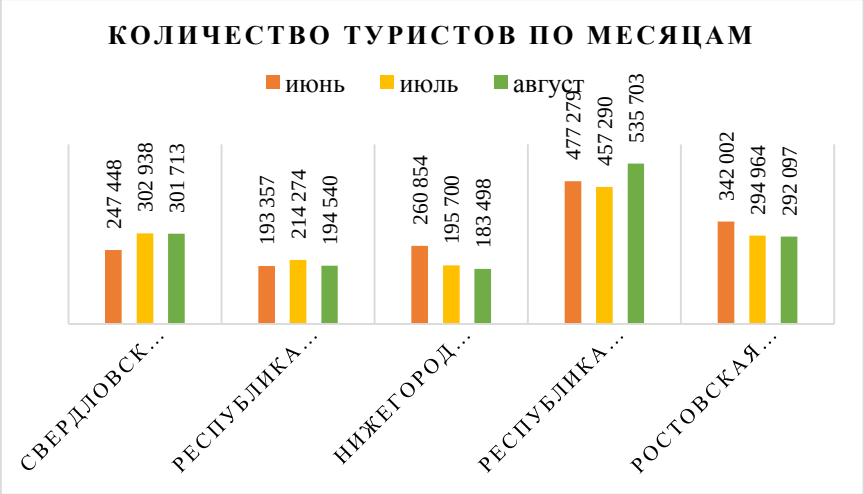


Рис. 2. Количество посещаемости городов туристами

На рисунке 2 можно установить, что наиболее активным по притоку месяцем оказался – июнь (суммарно регионы в данном месяце посетило около 1 520 940 туристов). Менее популярным является месяц – июль – число туристов ниже по сравнению с предыдущим месяцем на 55 774 человек.

III. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, туризм в России только набирает свои обороты по внутренним направлениям, так как большинство граждан выбирают планировать свой отдых внутри своей области, либо стремятся за границу. Возможно такие цели по планированию отпусков у туристов появляются из-за отсутствия осведомленности о достопримечательностях и природных условиях внутри страны.

По данным оценки туристского потока рассматриваемых регионов можно сделать вывод о том, что они занимают лидирующие позиции по посещению в целях туризма и оздоровления. Причиной этого является их географическое расположение, так как они проходят через федеральные трассы: посещаемость становится проще, а также эти города являются центрами своих областей и Республик.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Студенческий проект «РЖД Бонус» // РЖД Бонус. URL: https://rzd-bonus.ru/page/studencheskiy-proekt-rzhd-bonus/ (дата обращения: 26.10.2022).

2. The World Heritage Convention // UNESCO. URL: https://whc.unesco.org/en/list/ (дата обращения: 26.10.2022).

3. Федеральная служба государственной статистики. URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm (дата обращения: 26.10.2022).

УДК 338.48-32

БЕГОВАЯ ЭКСКУРСИЯ ПО ГОРОДУ ПЛАСТ: АСПЕКТЫ МЕНЕДЖМЕНТА

Л. Ф. Волегова[1], А. В. Двойнев[2]

[1]*Южноуральский государственный университет, Челябинск, Россия*

[2]*Омский Государственный Технический Университет, Омск, Россия*

Аннотация. В статье рассмотрены аспекты менеджмента такой услуги как беговая экскурсия. Рассмотрены основные аспекты организации беговой экскурсии, её ключевые особенности. В ходе работы авторами был разработан и предложен оптимальный маршрут беговой экскурсии на примере города Пласт Челябинской области

Ключевые слова – бег, экскурсия, активность, менеджмент туристических услуг.

I. ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях при возрастании объёмов спроса на внутренний туризм в нашей стране, Российской Федерации, становится необходимым диверсифицировать предлагаемые потребителям туристические услуги. Беговая экскурсия как вид активности совмещает в себе рекреационно-спортивную и культурно-просветительскую, познавательную составляющие. В работе рассмотрены составляющие организации и проведения беговой экскурсии в таком городе, как Пласт Челябинской области, чем и объясняется научная новизна данной статьи.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является на основе выявления ключевых культурных и развлекательных точек разработать маршрут беговой экскурсии по городу Пласт как для туристов, так и для местных жителей.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд следующих задач:

- осуществить обзор научной литературы по проблематике организации беговых экскурсий в России;
- выявить сущность и особенности беговой экскурсии;
- дать краткую характеристику городу Пласт как объекту для привлечения туристической активности;
- разработать и составить маршрут беговой экскурсии по городу Пласт;
- сформулировать выводы.

III. ТЕОРИЯ

К настоящему времени беговые экскурсии являются актуальным явлением, которое исследователи рассматривают изучая различные проблемы развития туризма в России [1,2,6,7]. Можно выделить несколько направлений, сформировавшихся к настоящему времени при изучении беговых экскурсий. Прежде всего обращает на себя внимание тот факт, что беговые экскурсии рассматриваются как возможность объединять спортивную активность и рекреационно-познавательную составляющие. В частности, в работе Ю.Э. Гудкова, Т.М. Дьяконовой, Е.А. Мунировой, А.Н. Клениной, Н.Ш. Подледновой, рассматривается проблема совмещения оздоровительного бега и познавательных квестов исторической тематики при проведении беговых экскурсий [4, С. 75]. Другие авторы, в частности, О. А. Барабаш и другие, изучая проблему проведения беговых экскурсий для людей первого зрелого возраста с точки зрения оптимизации спортивных нагрузок, обращают внимание на то, что беговые экскурсии необходимо организовывать в рамках уже действующих беговых клубов [3, С. 43]. В работах авторов Т.А. Кравчук, М.В. Малыгина рассматривается такое интересное явление, как событийный туризм [5, С. 18, 19] - а для организации беговых экскурсий такого рода туризм является, как нам представляется, актуальным направлением для развития - другими словами, проведение беговой экскурсии, приуроченное к какому-либо знаковому спортивному или культурном событию (фестивалю, праздничным дням и т.д.) в жизни города или страны существенно повысит её содержательность.

Таким образом, обзор литературы показал, что беговые экскурсии уже на протяжении ряда лет устойчиво привлекают интерес исследовательского сообщества. На основании изучения литературы можно сформулировать определение понятия “беговая экскурсия”. Беговая экскурсия - это осуществление пробежки на разные расстояния (в среднем от одного километра до пятнадцати или двадцати) в зависимости от возраста и спортивной формы участников, проводимая под руководством наставника (наставников), совмещающих в своем лице роль руководителя пробежки и гида, рассказывающего о тех или иных значимых для данного города или другого населенного пункта событиях, культурно-исторических, административных, финансово-экономических, общественных или иных объектах, в непосредственной близости от которых пролегает маршрут экскурсии.

В городе Пласте, в отличие от крупных федеральных и региональных центров (Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Челябинска и других) к настоящему времени представлены традиционные туристические экскурсии, но пока не проводились мероприятия, представляющего собой беговую экскурсию. На сегодняшний день эта сфера обладает потенциалом для развития. Такая форма проведения досуга станет популярной как среди жителей Пласта, так и туристов.

Прежде всего, целевой аудиторией для такого рода экскурсии является молодое поколение: подростки от 13 до 18 лет, проживающие в городе Пласт и уже сочетающие учебную и спортивную деятельность (воспитанники детско-юношеской спортивной школы). Для детей этого возраста беговая экскурсия будет сочетать в себе спортивную и познавательную активность. Её численность можно оценить в несколько десятков человек (30-40 человек).

Следующая целевая аудитория – это люди средних лет, ведущие активный образ жизни (беговые нагрузки, спортзал) и также проживающие в Пласте. Представители этой аудитории – это также несколько десятков человек (20-30).

Изучив популярность мест культурного наследия в Пласте, авторами статьи был разработан маршрут для беговой экскурсии по Пласту.

Основанный в 1940 году и расположенный к юго-западу от Челябинска небольшой город Пласт (около 17000 жителей) является привлекательным местом для отдыха горожан и туристов, интересующихся историей золотодобывающей промышленности нашей страны. Само название города говорит о том, что здесь находилось крупное золотоносное месторождение (“золото добывали пластами”). При этом на сегодняшний момент Пласт является одним из самых недооцененных городов уральского региона, но при этом имеет внушительное количество интересных мест культурного наследия. При этом устройство беговых экскурсий значительно скажется на процессе культуризации города, благоустройства и генеральном планировании дорог и дорожных знаков в городе Пласт.

В городе Пласт имеется более двадцати достопримечательностей, расположенных не только в центре города, но и в других его частях. Тем самым можно констатировать, что имеется основа для построения беговой экскурсии.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Выстроив предварительный план беговой экскурсии, авторами статьи учтен тот факт, что Пласт является небольшим городом, сосредоточившим все достопримечательности в основном вдоль центральной улицы Октябрьской. Так как экскурсия ведется на бегу, экскурсовод должен вместить ключевые моменты истории объектов показа в небольшой рассказ, для поддержания оптимального темпа нагрузки, а также сделать все возможное, чтобы слушателям запомнилась суть. Авторами было дано краткое описание мест экскурсий, а также весь маршрут был расписан в таблице 1.

Таблица 1

План экскурсии

Наименование достопримечательности	Местоположение	Время до достопримечательности (при беге со средней скоростью 8 км/ч) / общее время, мин	Расстояние от одной достопримечательности до следующей / общее расстояние, м
Стадион «Труд»	ул. Октябрьская, 52 а		Начало - место встречи (0 м)
Памятник павшим воинам и другие объекты главной площади	Главная площадь	1,35/1,35	180/180
Памятники и арт объекты в парке	Парк	2,55/3,9	340/520
Музей, памятник шахтерам, защитникам правопорядка	Ул. Октябрьская, 56	1,8/5,7	240/760
Бассейн, клуб шахтеров	Ул. Титова, 2	2,78/8,48	370/1130
Памятник Орджоникидзе	Ул. Октябрьская, 60а	1,05/9,53	140/1270
Школа №2	Ул. Мамина-Сибиряка, 2а	2,03/11,56	270/1540
Храм в честь великомученицы Варвары	Ул. Заводская, 1а	7,73/19,29	1030/2570
Памятник работнику ЖКХ	Ул. Октябрьская, 51а	4,13/23,42	550/3120
Памятники швее, электрику, сантехнику	Ул. Октябрьская, 44	3,98/27,4	530/3650
Памятник старателю	Ул. Красноармейская, 16	5,63/33,03	750/4400
Памятник шахтеру	Автостанция, пер. Гаражный, 1	4,5/37,53	600/5000
Памятник в честь великомученицы Варвары	Ул. Красноармейская, 30а	2,25/39,78	300/5300
Часовня Филиппа	Ближайший адрес пер. Путейский, 17 Координаты 54.379669, 60.814095	4,28/44,06	570/5870
АО ЮГК , Центральная шахта, Пластовский горно-технологический колледж	шахта «Центральная» ул. Кооперативная, 20	3,08/47,14	410/6280
Церковь Николая Чудотворца	Пер. Чехова, 9	5,4/52,54	800/7080

В итоговую таблицу были включены не только достопримечательности с их адресами, но и среднее время бега и расстояние от одного объекта до другого. Рассчитанное время бега между достопримечательности позволит вести экскурсоводу не сбивчивое повествование. Оптимальное количество экскурсантов составляет 15 человек. Выбрана именно такая группа людей для того, чтобы информация воспринималась всеми одинаково, в максимальном объеме. Кроме того, при беге должна соблюдаться определенная дистанция во избежание получения слушателями травм. Рассчитанные и описанные данные подходят проведения беговой экскурсии в пределах города Пласта. Стоит учитывать сезон проведения мероприятия. Например, в зимнее время года среднее время будет увеличено в силу климатических особенностей (выпадение снега, гололед). Разработанная программа экскурсии подойдет для людей с разным уровнем физической подготовки.

Для детального знакомства с программой авторами было принято решение отметить на карте основные точки маршрута.

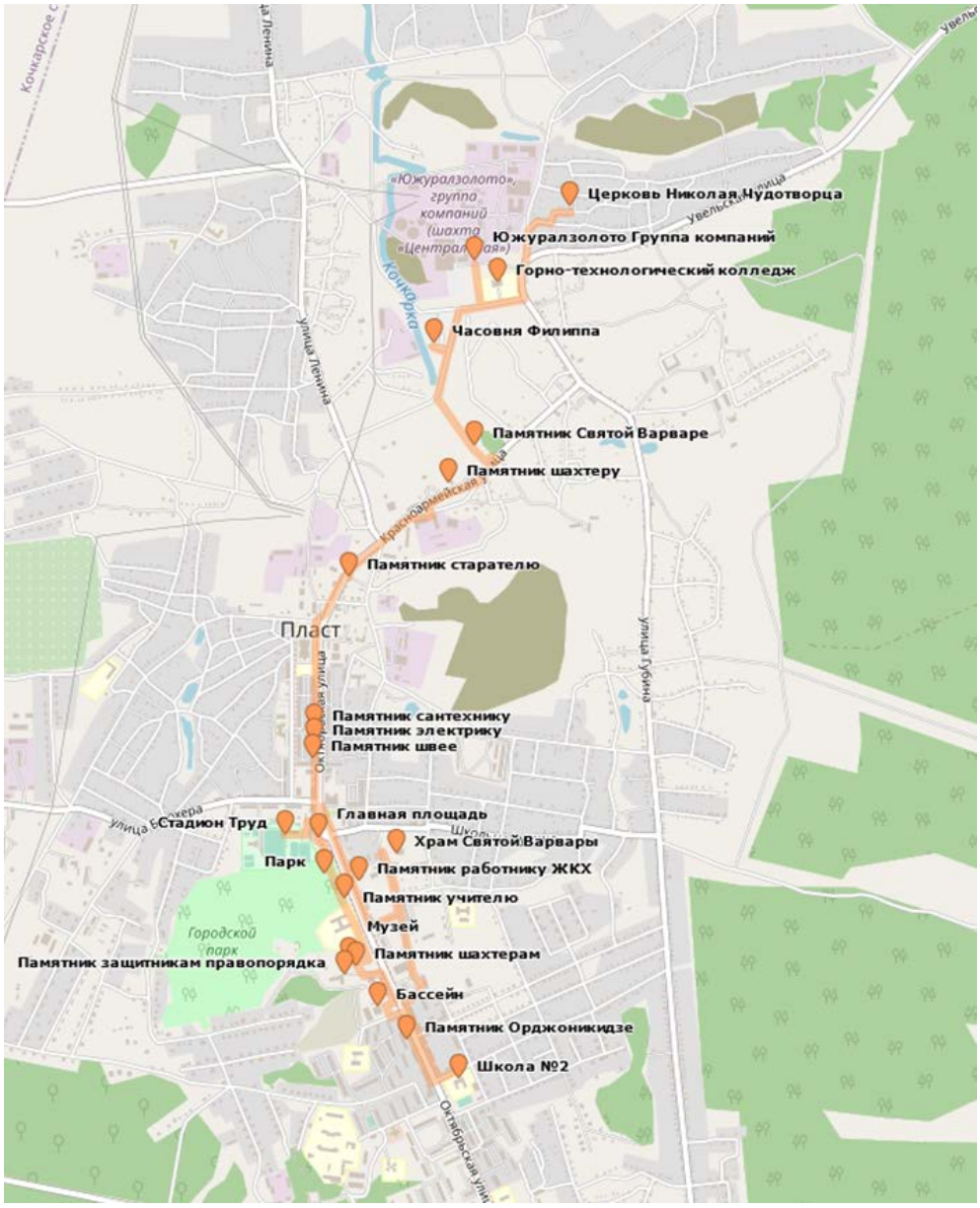


Рис. 1. Карта - маршрут беговой экскурсии

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе авторами были изучены теоретические особенности планирования экскурсий, их виды, а также был представлен краткий анализ беговых экскурсий. На основании данного анализа, был спланирован маршрут для проведения беговой экскурсии по городу Пласту с учетом месторасположения достопримечательностей на карте. В ходе решения основных задач исследования была достигнута цель исследования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Беговые экскурсии появились в Швеции // Travel.Ru. URL: https://www.travel.ru/news/2012/07/11/203206.html (дата обращения: 10.09.2022).

2. Калинина, К. С., Карфидова, Т. Н., Романов В. Е. Беговая экскурсия как социальная технология привлечения молодежи к здоровому образу жизни // Государственная молодежная политика: вызовы и современные технологии работы с молодежью : материалы Междунар. молодеж. науч.-исследоват. конф., 13 апр. 2021 г. Екатеринбург, 2021. С. 155–160. URL: https://elar.urfu.ru/handle/10995/104002.

3. Барабаш О. А, Гудков Ю. Э, Мунирова Е. А [и др.]. Особенности рекреационных занятий с использованием средств оздоровительного бега участников бегового клуба первого зрелого возраста // Ученые записки университета Лесгафта. 2020. № 11 (189). С. 41–46. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-rekreatsionnyh-zanyatiy-s-ispolzovaniem-sredstv-ozdorovitelnogo-bega-uchastnikov-begovogo-kluba-pervogo-zrelogo (дата обращения: 06.09.2022).

4. Гудков Ю. Э., Дьяконова Т. М., Мунирова Е. А. [и др.]. Особенности физической рекреации школьников средством оздоровительного бега с использованием квест-заданий // Ученые записки университета Лесгафта. 2019. № 12. С. 74–79. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-fizicheskoy-rekreatsii-shkolnikov-sredstvom-ozdorovitelnogo-bega-s-ispolzovaniem-kvest-zadaniy (дата обращения: 06.09.2022).

5. Кравчук Т. А, Малыгина М. В. Организация событийных туров спортивной направленности // Вестник СИБИТа. 2018. № 3 (27). С. 17–25. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-sobytiynyh-turov-sportivnoy-napravlennosti (дата обращения: 06.09.2022).

6. Печерица Е. В. Теоретические аспекты развития спортивно-событийного туризма // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2019. № 3. URL:https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-razvitiya-sportivno-sobytiynogo-turizma (дата обращения: 06.09.2022).

7. Дятлова А. А. Беговые клубы: как они появились, какие бывают и что даёт членство // Марафонец: журнал о беге, марафонах и триатлоне. URL: https://marathonec.ru/begovye-kluby/ (дата публикации: 18.09.22).

УДК 640.4

УПРАВЛЕНИЕ И ЭКСПЛУАТАЦИЯ ПРИБРЕЖНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ КОМПЛЕКСОВ С УЧЕТОМ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ

И. Г. Выродова, М. С. Арутунян

Кубанский государственный технологический университет,
350072, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Московская, 2

I. G. Virodova, M. S. Arutunyan

Kuban State Technological University,
2, Moskovskaya st., Krasnodar, Russian Federation, 350072

Аннотация. В работе рассмотрены вопросы применения энергосберегающих технологий в туристском секторе. Описаны мероприятия, направленные на решение санитарно-гигиенических задач, а именно: создание приемлемого микроклимата климата наружной среды; инсоляция помещений; защита от солнца, обеспечивание обоснованной ориентации строений по сторонам света; создание вентиляционно-ветрового режима; осушение или же обводнение территорий. Сделаны выводы относительно вопросов эффективной эксплуатации и управления прибрежными гостиничными комплексами.

Ключевые слова: отели, гостиничные комплексы, энергосбережение, микроклимат.

I. ВВЕДЕНИЕ

Сегодня перед нами стоит приоритетная задача – сбережение энергии. Бережливое отношение к энергии может предотвратить всемирный энергетический упадок. Сейчас нам нужно искать и использовать энергозаменяющие материалы, которые не меняют наш уклад жизни.

Весь мир сталкивается с дисбалансом между предложением и спросом на энергию. В повседневной жизни все еще остается расточительное и неэффективное использование энергии.

Для прибрежных гостиниц в России проектирование зданий на юге очень актуально, так как существует большое влияние на проект помещений, на выбор строительных конструкций и материалов. Главная задача в проектировании прибрежного отеля состоит в защите от перегрева и солнечной радиации в жаркий период и сохранении тепла в холодный [1; 2; 3].

Для развития туризма и курорта более подходят на эту роль страны, имеющие выход к морю. Для этого необходимо строительство отелей. Гостиница везде считается местом для отдыха. Там есть все для комфорта отдыхающих, различные развлечения, разнообразное питание и так далее. Гостиница является неотъемлемой частью туризма.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Для российских отелей основной затратной статьей являются коммунальные платежи. Например, для большинства отелей снижение расходов на электричество с помощью датчиков движения, энергосбрегающих ламп, внедрение ключей доступа для подачи электричества в номер является вершиной борьбы. Чтобы обеспечить все здание теплом, водой и электричеством нужно вложить немалые суммы, при этом цены на коммунальные услуги ежегодно растут на 10...20%. Возможно снизить использование энергии на 50% с помощью энергоэффективных технологий. Электроэнергию в гостиницах применяют везде: для освещения как внутри, так и снаружи (сады, насосы, бассейны). В прибрежных гостиницах не считая этого, электричество применяется для сохранения тепла и устройств по защиты от солнца. Нужда в энергии для понижения температуры и влаги в тропическом климате очень значительна. Применение кондиционера несет за собой загрязнение внешней среды и много расходов. Вследствие этого прибрежным гостиницам нужно владеть проектированными и используемыми решениями для оборудований.

III. ТЕОРИЯ

Строения, потребляющие огромное количество энергии (почти все высотные гостиницы, офисные и коммерческие здания площадью больше 10000 метров квадратных используют больше 1...2 миллионов кВт-ч электричества в год) нуждаются в управлении и принятии мер по увеличению энергоэффективности.

Применение зелени сейчас очень актуально. Деревья вокруг здания создают прохладную и чистую воздушную среду. Это ведет к меньшему использованию кондиционеров, а также экономит электроэнергию.

Архитектура гостиниц содержит большое количество окон. При этом дизайн отеля не имеет решений по защите от солнца и сохранению тепла. Учет энергии считается основным условием экономии гостиницы при том, что неэффективность плоскостей в изоляции, способствуют потере 20...30% энергии, применяемой в здании, с учетом отсутствия естественного освещения и вентиляции [4; 5; 6; 7].

Остекление может являться энергоэффективным. Например, фасад, практически весь состоящий из стекла способствует высокой степени естественного освещения. В течении года подобные двойные стеклопакеты с солнцезащитным покрытием способствуют уменьшению потребности помещения в энергоресурсах.

Новые системы пожаротушения и кондиционирования содержат в себе озонобезопасные хладагенты с наименьшим потенциалом глобального потепления. Внутренний воздух охлаждается за счет низких температур наружного воздуха в холодные периоды. Так как это происходит без использования холодильных машин, следовательно, затрат энергии не предвидится. Все это возможно функции «free cooling», которая присутствует в современных системах.

Сберечь тепло в зимнее время на нагрев приточного воздуха в пределах 60% помогут системы вентиляции с утилизацией тепла, выбрасываемого в воздух. Кроме того, в подобных современных системах присутствует автоматическая регуляция расхода воздуха в зданиях с переменным количеством людей. В холодные периоды, когда температура окружающего воздуха около 0°С, рекуперация дает возможность отказаться от использования внешних энергетических ресурсах для подогрева подаваемого воздуха.

Современная система автоматизации и диспетчеризации включает в себя общую информационную систему инженерного оснащения помещения и инженерные системы арендаторов бизнес и конференц-залов в отелях. С помощью этой системы можно произвести расчет энергоресурсов для всего здания или отдельно для арендатора.

Для снижения потребления энергии рекомендуется использовать энергоэффективные осветительные приборы. Они позволяют снизить потребление энергии и нагрузку на системы кондиционирования. Кроме того, на автостоянки так же будет использоваться автоматическая регулировка воздуха в зависимости от интенсивности движения [8; 9; 10; 11].

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Сэкономить потребление воды поможет тепло вытяжного воздуха из зданий в зимний период, которое будет использоваться для плавления снега на крыше. Это способствует очень эффективному расходованию подводимой к помещению тепловой энергии. Чтобы обеспечить здание системами сбора дождевой воды с крыши в достаточном объеме для уборки и полива прилегающей территории, в нем необходимо установить высокотехнологичное санитарно-техническое оборудование.

Минимальный вес фундамента и хорошая звукоизоляция обуславливаются использованием экологически чистых материалов. Сейчас ведется сокращение применения обожженных глиняных кирпичей. В строительстве все больше используют необожженные кирпичи из-за того, что терракотовый кирпич загрязняет внешнюю среду.

Почти на 50% использование энергоэффективных решений понижает потребление электроэнергии. Существует два способа оптимизации затрат на энергию. При первом вы используем всевозможные энергосберегающие технологии, внедрение которых невозможно без решения фундаментальных проблем: обеспечение теплоизоляции, устранение утечек пара, газа, воды, электроэнергии. Второй способ учитывает системные и целенаправленные меры по автоматическому управлению потреблением энергии.

Главной особенностью этого решения является сбережение энергии в зонах комфорта: кухни и столовые, номера в отеле, конференц-залы и т.п.

Специалисты предлагают установить пульт для регулирования температуры и контролер, используемый в системе диспетчеризации. Часто в отелях используют приборы, которые работают «в одиночку», то есть один из них охлаждает, а другой нагревает. С использованием контролера возможность их разногласия в работе сводится к минимуму.

Чтобы иметь максимальный экономический эффект все перечисленные меры нужно реализовывать в комплексе. Для комфорта посетителей отеля можно провести несколько «исследований» и выявить нужную температуру, получив при этом конкретные данные о расходе энергии.

При избытке естественного света, почему мы расточаем электроэнергию? Ответа на этот вопрос нет до сих пор. Нужно как можно больше увеличить естественное освещение с помощью современных технологий и достижений. Уровень искусственного освещения можно снизить путем управления дневным светом с использованием цифровой системы. Таким образом, появляется возможность сэкономить до 40% используемой мощности благодаря диммеру.

Для снижения затрат электроэнергии, тепла и бликов солнца можно использовать тень. Конечно, мы любим, когда естественный свет сияет через окно, но солнечное тепло воздействует на вентиляцию, температуру помещения и кондиционирование воздуха. Для поддержания температуры и света в наилучшем диапазоне можно применять автоматические автоматизированные шторы (AMS), которые запрограммированы на наращивание или сокращение интенсивности.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Отель на берегу является помещением с большим потреблением электроэнергии. Важно применять разумные энергосберегающие пути решения проблемы расточительства энергии, при этом защищая внешнюю среду. Таблицы погодных данных, важные при проектировании по требуемому сопротивлению теплопередачи в холодных условиях и на теплоустойчивость в жарких, составляются при помощи климатического зонирования и анализа климатических параметров в различных местоположениях. Энергетические затраты на вентиляцию, охлаждение и отопление помещений можно определить на стадии подготовительного проектирования с помощью анализа погодных данных.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Деркачева, Е. А., Михеев Г. В. Тенденции развития туристического бизнеса в Краснодарском крае // Научные труды Вольного экономического общества России. 2016. Т. 198, № 2. С. 465–468. EDN WFESSR.

2. Solovyova E. V., Sekisov A. N., Gura D. A. [et al.]. Developing Optimization Modelling Methodology for Production Costs Generation // Helix. 2020. Vol. 10., No 2. P. 63–71. DOI 10.29042/2020-10-2-63-71. EDN UMZUOB.

3. Карова, А. У., Савенко К. А., Михеев Г. В. Технологии зеленого строительства // Техника и технологии строительства. 2022. № 2 (30). С. 15–20. EDN JVEEFY.

4. Деркачева Е. А., Карташов К. А., Козюбро Т. И. [и др.] Основы цифровой экономики. Краснодар: Новация, 2021. 422 с. ISBN 978-5-00179-122-5. EDN LRMQAE.

5. Савенко К. А., Михеев Г. В., Морозов Д. Э. [и др.]. Экономическая целесообразность внедрения технологий «зеленого строительства» в России // Экономика и предпринимательство. 2022. № 5(142). С. 1354–1358. DOI 10.34925/EIP.2022.142.5.260. EDN XEFHBS.

6. Арутунян М. С., Ковтуненко М. Г., Михеев Г. В. [и др.]. Совершенствование технологии, организации и экономики строительства зданий и сооружений. Краснодар: Новация, 2022. 134 с. ISBN 978-5-00179-222-2. EDN DHHTOL.

7. Арутунян М. С., Выродова И. Г., Савенко А. А. [и др.]. Развитие малоэтажного жилищного строительства с учетом территориальных особенностей России. Краснодар: Новация, 2022. 187 с. ISBN 978-5-00179-220-8. EDN XEMKUC.

8. Деркачева, Е. А., Михеев Г. В. Инструменты управления конкурентоспособностью предприятий туристического сектора Краснодарского края. Краснодар: ФГБУ «Российское энергетическое агентство», 2019. 169 с. ISBN 978-5-8333-0862-2. EDN ZIQAJN.

9. Михеев Г. В., Капогузова Е. Я., Вадимович Ю. А. [и др.] Инженерные и архитектурные технологии проектирования зданий с учетом климатических особенностей территории // Вестник евразийской науки. 2021. Т. 13. № 1. С. 9. EDN UBOBLM.

10. Штеркель, М., Михеев Г. В. Девелопмент и маркетинг // Научные труды КубГТУ: электронный сетевой политематический журнал. 2018. № 9. С. 350–362. EDN YNHIFF.

11. Михеев, Г. В., Варич Э. С. Малоэтажное строительство: управление и ресурсосбережение. Краснодар: Куб. гос. технолог. ун-т, 2020. 155 с. ISBN 978-5-8333-0924-7. EDN YSKYXR.

УДК 338.48

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

В. С. Генинг

Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», Новосибирск, Россия

V. S. Gening

Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russia

Аннотация. Актуальность темы объясняется необходимостью постоянного совершенствования и развития туризма для его востребованности и повышения конкурентоспособности как отдельного региона, так и страны в целом. Цель работы заключается в выявлении проблем и перспектив развития рекреационного туризма. Для выявления данной цели необходимо решить следующие задачи: провести анализ развития рекреационного туризма в Новосибирской области и сопоставить результат с данными по стране; на основе анализы выявить перспективы развития и существующие проблемы. В качестве методов исследования планируется использование анализа, синтеза, дедукции, наблюдения и сравнения.

Ключевые слова: рекреационные ресурсы, рекреация, туристический продукт, туризм.

I. ВВЕДЕНИЕ

Туристская отрасль – отрасль общественного производства, состоящая из предприятий, производящих товары или услуги, предназначенные для реализации на туристском сегменте рынка. Туристская отрасль очень актуальна и важна как в структуре региональной экономики, так и всей экономики страны в целом.

Такой масштаб отрасли требует ее широкого исследования и совершенствования. Отрасль требует разработки определенных концепций развития, нововведения, введения новых технологий и прочее. Это объясняет актуальность выбранной темы.

В качестве основных направлений туризма Российской Федерации можно выделить экологический и эколого-этнографический туризм, конгрессный и деловой туризм, событийный и культурный туризм, спортивный и экстремальный туризм, детский туризм, лечебно-оздоровительный и рекреационный. Для реализации каждого вида туризма требуется использование определенного количества ресурсов. Одним из самых распространенных видов туризма является рекреационный, однако для него необходимо достаточное количество рекреационных ресурсов региона.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Исследовать сущность рекреационного туризма, как одного из основных видов туризма и выявить его значение для города, региона, страны. Проанализировать развитие рекреационного туризма в области и сопоставить результат с всероссийским, а также определить значимые факторы. Выявить перспективы развития, существующие проблемы и возможные пути их решения.

III. ТЕОРИЯ

Перед всей страной в целом стоит важнейшая проблема комплексного и рационального использования существующей инфраструктуры в наилучшем сочетании с имеющимися ресурсами для получения качественного результата туристической деятельности. Рекреационные ресурсы несомненно являются преимуществом Российской Федерации и туризма регионов, однако необходимо анализировать количество данных ресурсов, степень их вовлеченности, качество и состояние на текущий момент. И при необходимости оказывать должную помощь со стороны государственной власти [1, с. 24-25].

Для дальнейшего детального погружения в проблему обратимся к трудам исследователей туристического рынка и выделим ключевые подходы к определению понятия рекреационные ресурсы.

Если рассматривать понятие с точки зрения лингвистической науки, то рекреация в переводе с латинского обозначает восстановление. Соответственно рекреация в туристической сфере – восстановление израсходованных человеком в процессе труда сил, а также накопление определенного запаса этих сил для дальнейшей деятельности развития физического и интеллектуального потенциала.

Н.Ф. Реймерс считает, что такой отдых должен быть обязательно в специфической, непривычной обстановке, которая могла бы помочь отвлечься и отдохнуть от быта и ежедневных проблем. Именно поэтому рекреация крепко связана с туристическими продуктами, ведь в помощь такому отдыху приходят организованные и неорганизованные экскурсии и походы, туристические продукты и специальные учреждения отдыха.

Наиболее широкое распространение в настоящее время и в зарубежной, и в отечественной практике получило отождествление рекреации с отдыхом, в задачу которого входит восстановление сил и трудоспособности отдыхающих [2, с. 14-15].

Осуществление отдыха (рекреации) необходимы соответствующие ресурсы.

Рекреационные ресурсы – природные богатства.

Рекреационными ресурсами также можно назвать природные и антропогенные объекты, способствующие реализации туристических услуг, направленных на улучшение моральных, физических и психологических характеристик потребителя.

Рекреационные ресурсы по мнению некоторых исследователей отрасли – основа (ключевой фактор производства) туристического продукта.

Рекреационные ресурсы – специфическая категория, позволяющая определить тенденцию развития туристического предприятия и сферы ее деятельности [3, с. 205].

Таким образом не только рекреационный туризм находится в прямой зависимости от рекреационных ресурсов, но и все остальные виды также.

Сравнив все подходы к определению рекреационных ресурсов сформируем понятие «рекреационный туризм». Рекреационный туризм – вид туризма, предполагающий организацию туристических услуг на основе природных богатств региона. Рекреационный туризм позволяет пользователю окунуться в другую обстановку, другое окружение и тем самым отдохнуть от обыденной жизни. Также данный вид туризма позволяет развивать кругозор, знания о мире, других регионах, так как взаимодействие с различными видами рекреационных ресурсов несет за собой получение опыта, знаний. Рекреационный туризм направлен на восстановление физического, ментального и психологического здоровья пользователя.

Очень важную роль в формировании и исследовании структуры и отдельных категорий рекреационных ресурсов играет районирование территории страны. Так как Российская Федерация имеет огромную по площа-

ди и размеру территорию, то рекреационные ресурсы также подразделяются исходя из определенных районов. Также специфические рекреационные ресурсы по районам формируют и экономические предпосылки для развития туристического рынка и туристической деятельности в целом [4, с. 2].

Разным регионам благодаря определенным факторам соответствуют специфические рекреационные ресурсы. При этом, ресурсы могут совпадать между регионами, но будут преимущества по объему и качеству этих ресурсов. Разберем распределение рекреационных ресурсов по территории Российской Федерации.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Для решения поставленных задач требуются следующие шаги: проанализировать объекты рекреационного туризма и его распространение в разрезе федеральных округов, выделить особенности Новосибирской области, выявить перспективы развития и существующие проблемы.

Всем нам известно, что ресурсы ограничены в зависимости от безграничных потребностей. Соответственно необходимо рационально и эффективно использовать ресурсы, беречь их и подходить к их распределению и перераспределению с умом. Обратимся к некоторым подходам, способным решить поднятую проблему ограниченности ресурсов.

Одна из тенденций туристической отрасли связана с корректным привлечением потребителей с использованием эффективных методов. Стимулирование спроса может быть реализовано через такие сферы как маркетинг, менеджмент, пиар-отрасль, служба клиентской поддержки и так далее. Для успешного стимулирования участников рынка необходимо наладить эффективный процесс обслуживания потребителей. Организация процесса обслуживания потребителей должна отвечать нескольким принципам, например, доступность обслуживания для всех категорий потребителей (пол, возраст, уровень дохода, территориальная принадлежность и т.д.).

Исходя из особенностей преимущественно преобладающих рекреационных ресурсов складываются тенденции развития туристической отрасли региона. Обратим внимание на природную и антропогенную составляющие каждого федерального округа и определим тенденции развития.

В таблице 1 представлено распределение ключевых рекреационных ресурсов по федеральным округам России.

Таблица 1

Распределение ключевых рекреационных ресурсов в разрезе федеральных округов

Округ	Преимущественные ресурсы
Центральный	Богат минеральными и биологическими ресурсами (что может быть полезно для научного туризма). Преобладают смешанные и широколиственные леса, степи, множество водных ресурсов, несколько рек и водохранилищ. В число антропогенной категории можно назвать такие туристические города как Москва, Тверь, Смоленск, Рязань (все города имеют огромное количество памятником и мест культурного и исторического наследия, города-герои ВОВ).
Северо-Западный	Разнообразный рельеф (наличие приморских низменностей и возвышенностей, а также водоемов и лесов. Достаточно благоприятный для туризма климат – умеренно-континентальный (местами морской). Преимуществами являются лечебные ресурсы и растительность. Антропогенные категории: Санкт-Петербург, Калининград, Мурманск, Великий Новгород, Псков и прочие.
Южный	Округ богат минеральными ресурсами, лечебными грязями, а также водными ресурсами (большинство курортов находится именно в данном округе благодаря большой территории побережий). Антропогенные категории: Сочи, Анапа, Краснодар.
Приволжский	Крупные водохранилища и реки (что создает возможность для туристической деятельности, связанной с водными ресурсами). Антропогенные категории: Самара, Казань, Уфа.
Уральский	Возвышенности и плоскогорья, минеральные и лечебные ресурсы, культурно-познавательные объекты. Антропогенные категории: Екатеринбург, Салехард, Челябинск.

Окончание табл. 1

Округ	Преимущественные ресурсы
Сибирский	Научный центр, равнинные лесостепные и степные зоны, благоприятный летний климат, зимний климат подходит для зимних видов туристической деятельности, лечебные ресурсы, озеро Байкал, плато Путорана. Антропогенные категории: Новосибирск, Красноярск.
Дальневосточный	Приморская территория, необычная и удивительная флора и фауна. Антропогенные категории: Владивосток, Благовещенск, Сахалин, Камчатка.
Северо-Кавказский	Лечебные и минеральные источники, горные реки, наличие склонов (для горнолыжного туризма), рельеф представляет собой возвышенность с долинами и ущельями. Антропогенные категории: Пятигорск, Кисловодск, Грозный, Нальчик, Махачкала.

Несомненно, природные ресурсы задают определенный тон туристической деятельности, так как климат и ландшафт напрямую влияют на сферу туризма. Однако антропогенный компонент также оказывает влияние на привлечение потребителей туристического продукта, ведь очень часто существует определенный образ туристического объекта путем сопоставления с определенным местом, городом.

Важным фактором развития туристической деятельности посредством использования рекреационных ресурсов является и внутренняя политика органов власти, так как могут существовать скрытые возможности, которые могут ограничивать определенное развитие [6, с. 40].

Таким образом, исходя из сформированных данных можно сопоставлять с подходящими видами туризма и развивать именно те отрасли туризма, рекреационными ресурсами которой богат регион.

На основе таких подходов исследователи получают методики классификации и выделения рекреационных комплексов. Одним из таких подходов была предложена методика выделения рекреационных районов на основе локализации и особенности преимущественных ресурсов [8, с. 75].

Климат нашей страны является как огромным преимуществом, так и ограничением. Климат создает возможности для разных видов туризма, однако ограничивает в добыче и освоении природных ресурсов. На отдаленных участках территории нашей страны бывает очень жестокий для иностранных туристов климат [7, с. 78].

Посмотрим состояние рекреационного туризма в Новосибирской области и сравним результаты. Новосибирская область – центральный регион Сибирского Федерального округа, богатый интересными для туристов местами. Данный регион имеет свои туристские особенности. Область богата своей природой, но имеет достаточно суровые климатические особенности. Некоторые из достопримечательностей являются визитной карточкой региона.

Туристическая отрасль требует эффективных методов привлечения потребителей. А для развития туристической отрасли региона с достаточно специфическим климатом требуется особый подход к стимулированию спроса. Так, Новосибирская область, имеет достаточно суровую зиму и не слишком теплое лето (какое характерно для южных регионов). Именно поэтому и привлечение потребителей также имеет свои особенности.

Для лучшей продажи туристского продукта Новосибирской области туроператорам приходится прибегать к рекламе, особым условиям, разработке новых интересных, увлекательных программ.

Стимулирование спроса может быть реализовано через такие сферы как маркетинг, менеджмент, пиар-отрасль, служба клиентской поддержки и так далее. Для успешного стимулирования участников рынка необходимо наладить эффективный процесс обслуживания потребителей. Организация процесса обслуживания потребителей должна отвечать нескольким принципам, например, доступность обслуживания для всех категорий потребителей (пол, возраст, уровень дохода, территориальная принадлежность и т.д.), функциональность обслуживания (скорость, бесперебойность, гибкость, возможность оперативного устранения ошибок, работа с оценками), надежность обслуживания (качество и гарантии).

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Повышение качества услуг должно быть реализовано как в самом процессе обслуживания, так и в поддержании и улучшении самих мест туризма. Так, например, важной составляющей туризма НСО является наличие особо охраняемых природных территорий. Особо охраняемые природные территории предназначены для сохранения уникальных и типичных природных комплексов, разнообразия животного и растительного мира. Именно поэтому важно развивать и сохранять и объекты туризма.

Основная тенденция, относящаяся к рекреационным ресурсам, заключается в следующих положениях: необходимо формировать и реализовывать определенные специфические программы по поддержанию рекреационных ресурсов; введение туристических стратегий в национальные проекты развития регионов, разработка целевых программ, спонсирование и поддержка объектов культурно-исторического наследия государственной властью и органами местного самоуправления, активная и грамотная муниципальная политика поддержки малого и среднего предпринимательства туристической сферы.

Стратегия развития туризма в области должна базироваться на основных принципах кластерного подхода: системности и комплексности, приоритетности, сбалансированного взаимодействия.

Рекреационный туризм напрямую зависит от наполняемости ресурсами. Таким образом, обеспечение сохранности ресурсов даст толчок к развитию туризма области, региона и страны в целом, также от этого зависит еще и конкурентоспособность региона.

Новосибирская область имеет все шансы занять ключевую роль в туризме страны, так как владеет огромным количеством ресурсов, их нужно лишь правильно направить.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Севастьянов Д. В. Рекреационное природопользование и туризм в планах нового освоения Севера России // АиС. 2018. № 30. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rekreatsionnoe-prirodopolzovanie-i-turizm-v-planah-novogo-osvoeniya-severa-rossii (дата обращения: 24.05.2022).

2. Кусков А. С., Голубева В. Л., Одинцова Т. Н. Рекреационная география: учеб.-метод. комплекс. М.: Флинта: Моск. психол.-соц. ин-т, 2005. 493 с. URL: https://www.asu.ru/files/documents/00005786.pdf (дата обращения: 15.09.2022).

3. Левченко Т. П., Тюленева Т. А., Хасенова К. Е. [и др.] Рекреационные ресурсы как фактор устойчивого развития туристских организаций // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2019. № 3 (37). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rekreatsionnye-resursy-kak-faktor-ustoychivogo-razvitiya-turistskih-organizatsiy (дата обращения: 15.09.2022).

4. Максимов Д. В. О туристском районировании территории России // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Естественные науки. 2019. № 1 (201). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-turistskom-rayonirovanii-territorii-rossii (дата обращения: 15.09.2022).

5. Максимова Д. В. Статистика и динамика развития туристско-рекреационной системы региона: Краснодарский край: моногр. Краснодар: Изд-во Кубан. гос. ун-та, 2016. 309 с. URL: https://kubsu.ru/sites/default/files/faculty/verstka_grant.pdf (дата обращения: 15.09.2022).

6. Онищенко Е. В, Слепченко В. А. Природно-рекреационный потенциал региона: возможности и перспективы использования в постпандемийный период // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2021. №3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/prirodno-rekreatsionnyy-potentsial-regiona-vozmozhnosti-i-perspektivy-ispolzovaniya-v-postpandemiynyy-period (дата обращения: 14.09.2022).

7. Петренко Н. Е. Туристско-рекреационные ресурсы: теоретические основы, региональный аспект // Вестник Российского университета кооперации. 2021. № 4 (46). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/turistsko-rekreatsionnye-resursy-teoreticheskie-osnovy-regionalnyy-aspekt (дата обращения: 14.09.2022).

8. Сарян А. А., Пустовойтенко С. И. Туристско-рекреационный комплекс: классификация рекреационных территорий // Теоретическая и прикладная экономика. 2017. № 2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/turistsko-rekreatsionnyy-kompleks-klassifikatsiya-rekreatsionnyh-territoriy (дата обращения: 14.09.2022).

9. Серова О. В. Кулагин. А. Ю. Рекреационные технологии: учеб. пособие для студ. высш. учебн. заведений. Уфа: Изд-во БГПУ, 2017. 170 с. URL: https://bspu.ru/tpl/sveden/files/education/RPD/FOS/metod_mat21_z05.04.06_mekp_op_fgos3+.pdf (дата обращения: 15.09.2022).

10. Слепнева Е. В., Чупикова Е. А., Лопатин М. Н. Туристско-рекреационное районирование северо-западной части Центральной Азии // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Науки о Земле. 2017. Т 2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/turistsko-rekreatsionnoe-rayonirovanie-severo-zapadnoy-chasti-tsentralnoy-azii (дата обращения: 15.09.2022).

УДК 005.3:640.4

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДОВ НА ЭТАПАХ ПРОЦЕССА РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО РЕШЕНИЯ НА ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Н. Е. Золотухин

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург, Россия

N. E. Zolotukhin

Saint-Petersburg State University of Economics, Saint-Petersburg, Russia

Аннотация. Статья посвящена вопросам исследования развития методов принятия управленческих решений менеджментом гостиничного предприятия. Автором проанализирована степень риска при использовании определенных методов принятия решений руководством гостиниц в условиях неопределенности, дана оценка различных факторов, которые влияют на выбор методов принятия решений. Автором сделан вывод о необходимости системного подхода при анализе уровня неопределенности и соответствующего для данного уровня методов принятия решений. Полученные в ходе исследования результаты демонстрируют целесообразность комбинирования различных методов, а также доступность данного способа для гостиницы любого уровня.

Ключевые слова: управленческие решения, менеджмент организации, гостиничное предприятие, риск, метод принятия решений.

I. ВВЕДЕНИЕ

Руководители гостиничных предприятий каждый день принимают управленческие решения с целью повышения эффективности деятельности объекта размещения. Некорректный выбор метода принятия управленческого решения может стать причиной развития процессов, связанных с понижением нормы прибыли и уровня конкурентоспособности гостиничного предприятия. Актуальность данной проблемы также обусловлена тем, что в условиях нарастающей неопределенности и сокращения времени, необходимого для принятия управленческого решения, повышаются риски, которые могут повлечь негативные последствия от использования неадекватных методов принятия решений несоответствующих управленческой задаче.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данной работы является определение целесообразности использования метода или групп методов принятия управленческих решений в условиях неопределенности.

III. ТЕОРИЯ

На сегодняшний день в исследовательской среде нет единого взгляда на определение «управленческое решение». Несмотря на это в большинстве научных трудов акцентируется внимание, что управленческое решение связано с выбором альтернатив, характеризующееся творческим и волевым воздействием на объект управления [1]. Исходя из анализа различных трактовок данного вида решений, отметим, что управленческое решение – комплекс логически последовательных действий, детерминированных всесторонним анализом информационного, технологического, кадрового, материального и иных видов ресурсного обеспечения, направленных на достижение определенных целей. Достижение руководящим коллективом или менеджером целей организации и её желаемого состояния требует знания методических основ принятия управленческого решения [2].

Метод принятия управленческого решения – способ, которым менеджмент организации может достичь определенных целей и задач, которые способствуют эффективному функционированию предприятия [2]. Исследователи утверждают, что сегодня негативные социально-экономические последствия принятых руководством гостиничного предприятия управленческого решения связаны в первую очередь с неграмотным использованием методов на каждом этапе процесса принятия решения и ограниченностью методического инструментария [3]. В условиях турбулентности гостиничной индустрии и ростом уровня неопределенности использование одного и того же метода на различных этапах принятия управленческих решений менеджментом гостиничного предприятия служат причиной потери прибыли, снижением потока гостей и как следствие конкурентоспо-

собности на рынке услуг, который в последнее время все больше характеризуется ростом борьбы предприятие за выживание и привлечение высокодоходного сегмента туристов. На каждом этапе процесса принятия управленческого решения менеджерами используются определенные методы.

Процесс принятия решений менеджментом гостиничного предприятия имеет следующие этапы [2]:

1. Анализ проблемной ситуации. На данном этапе проводится анализ причин обстоятельств, которые послужили основой формирования проблемной ситуации. Для решения такого рода задач применяются чаще методы сравнения, диагностики. Отечественные и зарубежные исследователи едины во мнении, что на первом этапе происходит сбор информации и её последующая обработка [4].

2. Идентификация проблемы. По мнению экспертов в области гостиничного менеджмента, данный этап важен для определения дальнейших вариантов решения вопросов, которые вызывают препятствия на пути достижения желаемых целей и результатов. Исследователи считают, что главной задачей менеджмента на этапе анализа проблемы реализации гостиничной услуги является не купирование негативных симптомов проблемы, а качественное изучение сути сложившегося положения. Менеджменту гостиничного предприятия авторы в научной литературе предлагают использовать PEST-анализ, SWOT-анализ, для концентрации усилий по оценке проблемы во внутренней среде – «7С» [3].

3. Формулирование проблемы и определение цели. На третьем этапе менеджер, коллектив лиц, ответственный за принятие управленческих решений, используя анализ отчетов (информационной базой данного этапа могу выступать отчеты об объеме продаж, количестве вновь забронированных номерах (pick-up), о количестве бронирований на будущий период (on the books) и данные о ценовой политике конкурентов), ставится диагноз проблеме. Руководство компании перед определением проблемы, по мнению зарубежных исследователей, должно прийти к пониманию, что сформулированное четкое определение проблемы не является симптомом более глобальной проблемы. На третьем этапе обычно используется группа методов – сравнение, декомпозиция, метод экспертных оценок, опросный метод и т.д.

4. Определение критериев достижения цели. На сегодняшний день, в гостиничной индустрии существует ряд общепринятых критериев, которые свидетельствуют об успешности решения проблем, возникающих в процессе операционной деятельности предприятия. Руководство предприятия, как правило, разделяет критерии на жестко детерминированные показатели соответствия требованиям и желаемые характеристики гостиничного продукта. К первым относятся – исполнение бюджета, индекс удовлетворенности качеством, средняя стоимость ночи проживания, валовые затраты на продажу одного номера и т.д. К желаемым же характеристикам относятся ценовые позиции гостиницы к ценам гостиниц-конкурентов, индексы загрузки отеля по отношению к отелям-конкурентам и т.д. На данном этапе исследователи считают целесообразным применение метода Дельфи, метода «неспециалиста», метода дерева целей и инженерного прогнозирования [3].

5. Выработка альтернативный вариантов решения. После проведения процедур предыдущего этапа лица или группа лиц, уполномоченных в гостиничном предприятии принимать управленческие решения, на основе критериев разрабатывают возможные сценарии преодоления сложившейся проблемной ситуации. На данном этапе от руководства гостиничного предприятия требуется определить максимальное возможное количество сценариев, что является ключевым мероприятием, которое зиждется на всестороннем анализе явных и скрытых факторов, знания законов функционирования экономических систем, принципов гостиничного менеджмента. На данном этапе целесообразно использовать методы моделирования, линейного программирования. Для гостиничной индустрии, в условиях сокращения времени, затраченного на управленческий цикл, и возрастающего уровня неопределенности, все более актуально использование методов, которые принимают во внимание фактор риска – методы теории игр, метод реальных опционов, методы теории вероятности.

6. Выбор оптимального решения. Логичным продолжением предыдущего этапа является этап принятия оптимального решения. Решение – выбор, который совершает лицо, уполномоченное принимать решение для воздействия на управляемый объект вкупе с использованием организационных приемов, альтернативных вариантов, направленных на достижение целей [2]. Теоретики гостиничного менеджмента объединяют методы, используемые в деятельности руководителями подразделений предприятий индустрии гостеприимства, в три обширный группы – эвристические, коллективные, количественные [3].

На сегодняшний день существуют следующие проблемы [4], которые оказывают существенное влияние на качественное принятие управленческих решений руководством гостиничного предприятия:

1. Использование устаревшего программного обеспечения.
2. Низкая квалификация руководящих специалистов.
3. Отсутствие качественного анализа факторов, влияющих на принятие управленческих решений.
4. Неточность данных, используемых в качестве информационной базы.
5. Несопоставимость метода и этапа принятия управленческого решения.

Последний аспект особенно актуален для гостиничной индустрии так как некорректный выбор метода принятия управленческого решения на различных этапах влияет на формирование такого явления как упущенная выгода, при условии, что отель теряет доход с одной непроданной ночи проживания.

Рассмотрим подробнее 3 группы методов принятия управленческих решений, описанные выше [3].

1. Эвристические методы.

– Ретроперспективный. Использование накопленного исторического опыта при выборе решения.

– Логические методы. Данная группа методов включают – синтез, анализ, аналогия, наблюдение, сравнение и т.д.

– Интуитивный подход к принятию управленческих решений.

2. Коллективные методы.

– Метод экспертных оценок.

– Метод Дельфи.

– Мозговой штурм.

– Формальные методы. Данная группа методов подразумевает проведение организационно – совещательной работы (заседания, совещания, рабочие группы).

3. Количественные методы.

– Имитационное моделирование.

– Линейное моделирование.

– Методы теории игр.

– Методы теории массового обслуживания.

– Параметрическое моделирование.

При принятии управленческих решений руководитель, как правило, с помощью критериев определяет целесообразность использование того или иного метода принятия управленческого решения. Эксперты выделяют следующие ключевые критерии [2]:

1. Простота использования.
2. Адекватность описания ситуации.
3. Высокая скорость реализации.
4. Низкие расходы на использование метода.
5. Необходимость обширной информационной базы.
6. Высокая вероятность предсказываемого результата внедрения управленческого решения.

Проведем сравнительный анализ основных критериев, которые используются менеджментом гостиничного предприятия при использовании групп методов принятия управленческого решения на каждом этапе.

Таблица 1

Сравнительный анализ методов принятия управленческих решений на этапах процесса разработки и реализации управленческого решения

	Группы методов принятия управленческих решений		
	Эвристические	**Количественные**	**Качественные**
1. Анализ ситуации			
Простота	+	-	-
Адекватность описания ситуации	-	+	+
Скорость использования	+	-	-
Низкие расходы на использование метода	+	-	-
Обширность информационной базы	-	+	+
Высокая вероятность предсказываемого исхода	-	+	+
2. Идентификация проблемы			
Простота	-	-	+
Адекватность описания ситуации	-	+	+
Скорость использования	+	-	+
Низкие расходы на использование метода	+	-	-
Обширность информационной базы	-	+	-
Высокая вероятность предсказываемого исхода	-	+	+

Окончание табл. 1

	Группы методов принятия управленческих решений		
	Эвристические	**Количественные**	**Качественные**
3. Формулирование проблемы и определение цели			
Простота	+	-	+
Адекватность описания ситуации	-	+	+
Скорость использования	+	-	+
Низкие расходы на использование метода	+	-	-
Обширность информационной базы	-	+	+
Высокая вероятность предсказываемого исхода	-	+	+
4. Определение критериев			
Простота	+	+	+
Адекватность описания ситуации	-	+	+
Скорость использования	-	-	-
Низкие расходы на использование метода	+	-	-
Обширность информационной базы	-	+	+
Высокая вероятность предсказываемого исхода	-	+	-
5. Выработка альтернатив решения			
Простота	+	-	-
Адекватность описания ситуации	-	+	+
Скорость использования	+	-	-
Низкие расходы на использование метода	-	-	-
Обширность информационной базы	-	+	-
Высокая вероятность предсказываемого исхода	-	+	+
6. Выбор оптимального решения			
Простота	+	-	-
Адекватность описания ситуации	-	+	+
Скорость использования	-	+	+
Низкие расходы на использование метода	+	+	-
Обширность информационной базы	-	+	+
Высокая вероятность предсказываемого исхода	-	+	+

Выводом по анализу данной таблицы является тот факт, что на разном этапе разработки и реализации управленческого решения эффективны и целесообразны к использованию в зависимости от цели и содержания этапа группы методов как эвристического, так и количественного и качественного характера.

Таким образом, следует отметить, что руководство гостиничного предприятия должно руководствоваться при анализе возникшей проблемной ситуации комплексами методических приемов и системный анализ для использования наиболее адекватных методов, которые соответствуют заявленной задаче и цели мероприятий управленческого характера, направленных на качественное достижение показателей.

Отметим, что данные группы методов на практике не применяются по отдельности, а комбинируются менеджментом предприятия для достижения наилучшего результата от реализации управленческого решения.

IV. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В условиях ожесточения конкуренции и повышения уровня неопределенности некорректное использование методов принятия управленческих решений может стать причиной финансовых потерь организации. В современной теории выделяют группы методов принятия управленческих решений – эвристические, количественные, качественные. Каждая из указанных групп имеет свои преимущества и недостатки при использова-

нии на этапах анализа ситуации, определения проблемы и формулирования целей, определения критериев разрешимости проблемы и разработки альтернативных сценариев решения, выбора оптимального решения. На сегодняшний день руководство гостиничного предприятия должно комбинировать методы из описанных выше групп методов принятия управленческого решения для достижения позитивного результата при достижении, определенных менеджментом организации целей.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного нами исследования мы можем в заключении сделать вывод, что использование сотрудниками, которые обладают правом принимать управленческие решения, определенных методов в условиях возрастающего уровня неопределенности может стать решающим при достижении целей, определенных управленческим составом. Решение сложных и многоаспектных проблем требует от менеджмента предприятия умений и навыков системного анализа имеющихся методов и их комбинирования, так как реализация одного единственного метода принятия управленческого решения станет ключом к формированию политики анализа односложной ситуации несоответствующей реальности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Адизес И. Как преодолеть кризисы менеджмента. Диагностика и решение управленческих проблем. Москва: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2015. 294 с.
2. Демин Г. А. Управленческие решения: учеб. пособие. Пермь: Изд. центр ПГНИУ, 2020. 92 с.
3. Кабушкин Н. И. Основы менеджмента. М.: Новое знание, 2009. 336 с.
4. Орлов А. И. Методы принятия управленческих решений: учеб. М.: КНОРУС, 2018. 286 с.

УДК 379.85(575.1)

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В УЗБЕКИСТАНЕ

А. А. Кадыров
Национальный университет Узбекистана имени Мирзо Улугбека, Ташкент, Узбекистан

A. A. Kadirov
National University of Uzbekistan named after Mirzo Ulugbek, Tashkent, Uzbekistan

Аннотация. Индустрия туризма и гостеприимства является одной из быстрорастущих и высокодоходных отраслей в мире, которая, в том числе, может служить связующим звеном в укреплении международных социально-экономических, культурных и духовных связей. Узбекистан уделяет большое внимание развитию индустрии туризма и гостеприимства как одной из ведущих направлений в экономике страны с богатым культурно-историческим потенциалом. В статье рассматриваются факторы, сдерживающие ускоренное развитие туристско-рекреационных услуг в Узбекистане, а также проводится глубокий анализ в разрезе некоторых ключевых и актуальных проблем отрасли, с которыми сталкиваются туристы.

Ключевые слова: туризм, развитие сферы туризма, качество туристких услуг, развитие экономики, туристический потенциал, нерешенные проблемы в туризме, инфраструктура туризма.

I. ВВЕДЕНИЕ

Республика Узбекистан – это страна, расположенная в сердце Центральной Азии с наибольшей численностью населения в регионе (35 миллионов человек) [1]. Республика имеет огромный нереализованный потенциал в развитии сферы туризма, так как в стране расположены как исторические архитектурные шедевры мировой истории, так и достопримечательности с современным архитектурным обликом. В Узбекистане насчитывается примерно 7,4 тысяч объектов культурного наследия, из которых 209 включены в Список объектов всемирного наследия UNESCO. Также, республика богата другими привлекательными локациями для

иностранных граждан, включая 8 заповедников, 2 природных и 1 национальный парк, более 50 водохранилищ, около 350 культурно-развлекательных объектов и многие другие места отдыха [2].

В научных трудах и исследованиях Б. Ш. Сафарова (2015), Ж. Д. Ахмедова и Ж. Ф. Абдурашидовой (2021), Н. Г. Муминова (2022) описываются теоретические и методологические основы развития туризма, основные факторы, влияющие на него и его роль в стратегическом планировании для страны. Проблемами формирования и реализации туристского продукта, и развития конкурентоспособной среды в зарубежных странах и в Узбекистане занимались следующие ученые: В. В. Лудникова (2013), М. В. Волошинова и В. В. Загорской (2021), Ф. Эгамбердиева (2022). В этих работах также делается упор на особенности развития индустрии туризма страны в период пандемии COVID-19. В работах ученых Б. Ш. Сафарова (2016), М. Р. Болтобоева (2018), З. Усмоновой и А. Алимова (2020), З. С. Абриева (2022) анализируются проблемы развития туризма в современных реалиях.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Ускоренное развитие туризма и повышение его роли в экономике считается одной из важнейших задач в Стратегии развития Республики Узбекистан на 2022–26 годы. За последние несколько лет туризм стал восприниматься как один из «ключевых узлов» национальной экономики, который имеет непосредственное положительное влияние на развитие смежных отраслей, а также стимулирует рост доходов населения, за счёт высокого эффекта мультипликатора. Для выведения этой индустрии на новый, более развитый и конкурентоспособный уровень, следует решить ряд фундаментальных задач, связанных, в первую очередь с инфраструктурой регионов, затем с качеством предоставляемых услуг на общенациональном уровне.

III. ТЕОРИЯ

Узбекистан с социально-экономической точки зрения представляет собой быстро развивающееся государство, которое находится на стадии перехода к рыночным отношениям. ВВП Узбекистана на душу населения в 2021 году составил чуть менее чем 2000 долларов США, а в структуре ВВП доминирует сфера услуг, занимая порядка 39% [3]. Хотя, вклад отрасли туризма в структуре ВВП страны небольшой (2,7%), в абсолютных показателях он увеличился с 1210,8 млрд сум в 2008 году до 14102,6 млрд сумм в 2019 году [2].

Однако, существуют ряд острых нерешенных проблем, которые выступают как сдерживающий фактор развития индустрии туризма внутри страны. Эти нерешенные проблемы можно разделить на 5 категорий, к которым относятся:

1) Недостаточный уровень развития инфраструктуры туризма;

2) Несоответствие уровня подготовки и профессионализма персонала, обслуживающего туристов, к современным требованиям и международным стандартам. Это характеризуется большим количеством фирм и организаций, зарегистрированных в государственных налоговых органах в форме индивидуальных предприятий (ИП), с небольшим количеством сотрудников (5–8 работников). В большинстве своём, такие организации не стремятся инвестировать капитал на обучение персонала и привлечение высококвалифицированных специалистов. Также, отсутствие необходимых практических и теоретических знаний в сфере туризма, низкий уровень подготовленности кадров негативно влияют на туристический поток;

3) Неэффективная система менеджмента, которая выражается в отсутствии связи между туристическими направлениями и, как следствие, невозможности формирования комбинированных туристических пакетов, рассчитанных на длительный по времени отдых. Из-за больших расстояний между городами туристы физически не способны посетить несколько мест. Это свидетельствует о необходимости формирования единого регионального туристического кластера, который позволит наладить сотрудничество между регионами страны, интегрировать экономически слаборазвитые регионы в эту сферу и создавать комбинированные туры.

4) Низкое качество и однообразие предоставляемых услуг в индустрии. Большинство турагентств предлагают однотипные туры, которые различаются только конечными пунктами назначения. Более того, эта сфера характеризуется относительной негибкостью по сравнению с другими сферами услуг. Например, трудно найти альтернативные возможности для отдыха в случае изменения погодных условий или при других непредвиденных обстоятельствах;

5) Отсутствие четкого позиционирования туристических объектов в регионах, за исключением известных исторических памятников (Регистан, Шахи Зинда и другие). В результате наблюдается недостаток информированности потенциальных туристов об уникальности других туристических объектов, о благоприятной экологической ситуации, о возможности отдыха в других регионах.

Кроме того, необходимым условием развития рекреационных ресурсов и, в общем, развития туристических кластеров является наличие современной туристической инфраструктуры. Её характерной особенностью можно выделить то, что она обслуживает туристов и местное население, поэтому её развитие способствует ту-

ристическому развитию территории, улучшает жилищные условия жителей этой окрестности. Более того, туристическая инфраструктура способствует снижению уровня безработицы путём создания дополнительных рабочих мест.

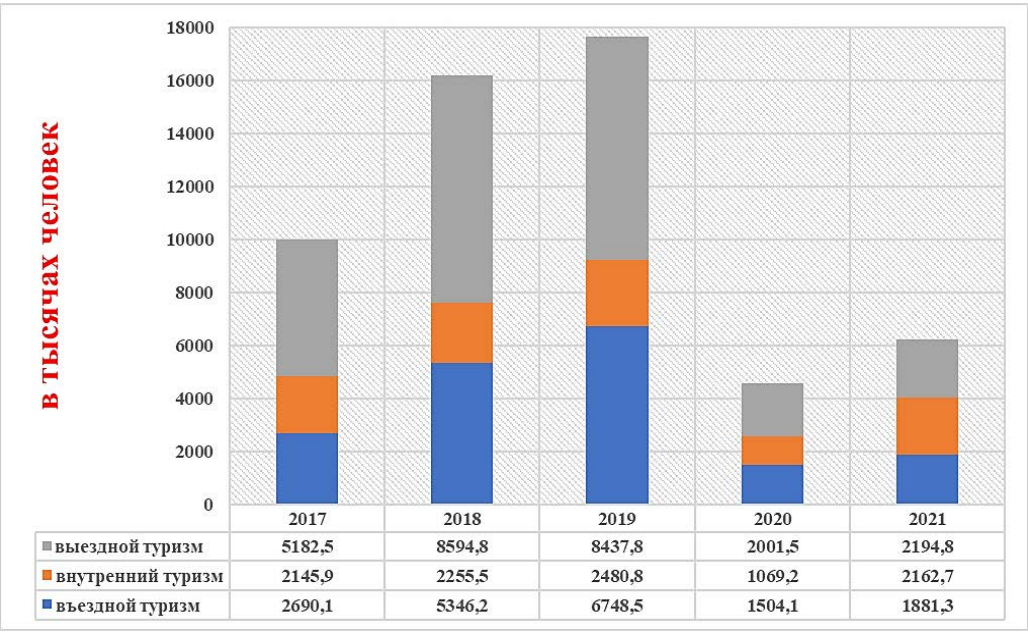
IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В период до вступления в силу карантинных ограничений, связанных с пандемией COVID-19, в 2018–19 гг. количество иностранных туристов, посетивших Узбекистан, достигло своего исторического максимума в районе 8,5 млн человек, однако вследствие пандемии этот уровень сократился в несколько раз (табл.1) [4].

Также, отмечается тот факт, что количество лиц, выезжающих за рубеж для удовлетворения своих туристских потребностей, кардинально выросло в 2018 году по сравнению с предыдущим годом, но сократилось более чем в 4 раза в период локдауна. Такой высокий показатель выездного туризма до карантинных ограничений объясняется, в первую очередь, принятием новой политики государства на валютном рынке, в частности, подписанием указа Президента Республики Узбекистан от 02.09.2017г о либерализации валютного рынка с последующей свободной возможностью купли-продажи валюты населением в коммерческих банках [5]. Этот указ позволил населению беспрепятсвенно конвертировать валюты других стран для своих личных целей, в то время как до 2017 года физические лица и большинство юридических лиц были вынуждены обменивать валюту только на «сером рынке», что вызывало немало вопросов при проверке в аэропортах или в других пропускных пунктах при выезде за рубеж.

Таблица 1

Основные статистические показатели туризма



	2017	2018	2019	2020	2021
выездной туризм	5182,5	8594,8	8437,8	2001,5	2194,8
внутренний туризм	2145,9	2255,5	2480,8	1069,2	2162,7
въездной туризм	2690,1	5346,2	6748,5	1504,1	1881,3

Немаловажным фактором выступают и инфраструктурные проблемы, в особенности, связанные с транспортом, а именно:

- качество предоставляемых транспортных услуг не соответствует потребностям туристов;
- несоответствие улично-дорожной сети потребностям движения как по пропускной способности, так и по техническому состоянию;
- высокие тарифы транспортных компаний;
- очень высокий уровень нелегальных («серых») услуг транспорта, в частности, в пунктах прибытия пассажиров (вокзалы, аэропорты);
- нехватка высококвалифицированных специалистов во всех отраслях транспортной системы, особенно это выражается в состоянии общественного транспорта в областных центрах и за их пределами.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Хотя транспортная инфраструктура играет важную роль в развитии туризма, следует, к тому же отметить ряд нерешенных вопросов, информационно-коммуникационной инфраструктуры, которые требуют присталь-

ного внимания в эпоху цифровизации. Автор этой статьи на основе исследований З. Усмановой и А. Алимова приходит к следующим заключениям [6]:

- отсталость технического и технологического оснащения и отсутствие необходимого количества современных телекоммуникационных технологий и средств информатизации, низкая скорость интернета и низкий охват широкополосной сетью за пределами областных центров;

- недостаточные инвестиции в отрасль, тормозящие развитие информационно-коммуникационных технологий и коммуникационной инфраструктуры;

- отсутствие системы популяризации использования информационных технологий среди организаций туристической индустрии, что обуславливает недостаточное информационное обеспечение туристической деятельности, отсутствие онлайн-площадок для большинства малых субъектов туристической деятельности;

- недостаточное количество туристских информационных центров;

- нераспространенность онлайн-бронирования и резервирования;

- недостаточное использование интерактивных технологий (виртуальные туры по интернет-порталам, картам, информационным стендам);

- отсутствие единой PR-стратегии продвижения туристских продуктов в республике и нераспространённость геоинформационных технологий в индустрии регионов.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проанализированные вышеуказанные материалы, охватывающие теоретические и практические аспекты развития сферы туризма, проблемы и вызовы в этой сфере, побуждают к более глубокому изучению и анализу политики Узбекистана в этой сфере, а также внедрения успешного опыта зарубежных стран в решение существующих проблем.

Таким образом, проблемы, связанные с инфраструктурой туризма, включая транспортную и информационно-коммуникационную, становятся основной причиной снижения конкурентных преимуществ Узбекистана на глобальном рынке туристских услуг.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Численность постоянного населения в Узбекистане ежедневно увеличивается в среднем на 1,8 тыс. человек // Государственный комитет республики узбекистан по статистике. URL: https://stat.uz/ru/press-tsentr/novosti-goskomstata/24032-o-zbekistonda-doimiy-aholi-soni-har-kuni-o-rtacha-1-8-ming-kishiga-oshmoqda-3 (дата обращения: 01.12.2022).

2. Абриев З. С. Развитие социально-экономического потенциала туризма в Узбекистане в условиях пандемии COVID-19: перспективы на будущее через призму настоящего // Экономика, предпринимательство и право. 2022. Т. 12, № 4. С. 1361–1376. doi: 10.18334/epp.12.4.114360.

3. Производство валового внутреннего продукта Республики Узбекистан за 2021 г. // Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике. URL: https://stat.uz/ru/press-tsentr/novosti-goskomstata/17281-yalpi-ichki-mahsulotni-ishlab-chiqarish-2021-yil-yanvar-dekabr-2 (дата обращения: 01.11.2022).

4. Основные показатели развития туризма и отдыха в Республике Узбекистан за 2021 год // Государственный комитет республики узбекистан по статистике. URL: https://stat.uz/images/uploads/reliz2021/turizim_28_07_22_ru.pdf (дата обращения: 30.10.2022).

5. О первоочередных мерах по либерализации валютной политики: указ Президента Республики Узбекистан от 02 сент. 2017 г., № УП-5177. URL: https://lex.uz/docs/3326423 (дата обращения: 30.10.2022).

6. Usmanova Z., Alimov A. Problems of the Development of Tourism and Recreational Services in Uzbekistan in the Context of a Global Pandemic // International Journal of Future Generation Communication and Networking. 2020. Vol. 13, no. 4. P. 815–821. URL: http://sersc.org/journals/index.php/IJFGCN/issue/view/296 (дата обращения: 30.10.2022).

7. Сафаров Б. Ш. Совершенствование методологическо-методических основ инновационного развития национального рынка туристических услуг: дис. … д-ра техн. наук. Самарканд, 2015. 254 с.

8. Ахмедов Ж. Д., Абдурашидова Ж. Ф. Развитие экстремального туризма в узбекистане // Universum: экономика и юриспруденция : электрон. научн. журн. 2021. 12 (87). URL: https://7universum.com/ru/economy/archive/item/12701 (дата обращения: 01.11.2022).

9. Muminov N. Systematization of Factors Affecting the Development of Tourism // Учинчи ренессансни шакллантиришнинг ижтимоий-иқтисодий муаммолари: мавзусидаги халқаро илмий-амалий конференция материаллари. Т.: Ilm- Ziyo-Zakovat нашриёт, 2022. Б. 393–395.

10. Муминов Н. Г. Перспективы развития государственного управления в сфере туризма в Узбекистане // Экономика и финансы (Узбекистан). 2022. № 5. С. 2–10.

11. Лудникова В. В. Проблемы обеспечения устойчивого развития туристских предпринимательских структур (на примере Санкт-Петербурга) // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2013. № 2 (168). С.55–58.

12. Волошинова М. В., Загорская В. В. Перспективы внедрения digital-технологий в индустрию туризма Ростовской области // Современные технологии управления. 2021. № 4 (96/1). URL: https://sovman.ru/article/96101/ (дата обращения: 30.10.2022).

13. Эгамбердиев Ф. Т. Современное состояние развития туристской политики в мире // Экономика и финансы (Узбекистан). 2022. № 6. С.16–24.

14. Сафаров Б. Ш. Методологические основы инновационного развития национальных туристических услуг рынок. Т.: Наука и техника, 2016. 184 с.

15. Болтабаев М. Р., Тукслиев И. С. Туризм: теория и практика. Т.: Наука и техника, 2018. 400 с.

УДК 658.51:377

СИНЕРГИЯ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ОБЗАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЕЛГОРОДСКОГО ТЕХНИКУМА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Л. Г. Клус, Е. Н. Киселева, И. А. Косенко

ОГАПОУ «Белгородский техникум общественного питания», г. Белгород, РФ

L. G. Klus, E. N. Kiseleva, I. A. Kosenko

OGAPOU "Belgorod Technical School of public catering", Belgorod, RF

Аннотация. В статье рассматривается развитие бережливого производства на примере «Фабрики процессов», организованной на базе ОГАПОУ БТОП. «Фабрика процессов» является учебным объектом практического обучения, где обучающиеся осваивают и отрабатывают умения, навыки и компетенции бережливого производства. Применение этой практики, приводит к оптимизации и повышению производительности труда в сфере туризма и гостеприимства.

Ключевые слова: Бережливое производство, проект, статья.

I. ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время широкое распространение получила концепция бережливого производства, включающая в себя большое количество инструментов, использование которых приводит к повышению производительности труда. Это обеспечивается за счет сокращения времени, которое необходимо для получения результата. В современных условиях бережливые технологии широко внедряют как на предприятиях, так и в образовательных организациях.

Основной задачей бережливых технологий является оптимизация и производственных, и управленческих, и образовательных процессов. Это достигается путем выявления и устранения потерь. Постоянное совершенствование процессов значительно облегчает деятельность любых отраслей и организаций. Отличительной особенностью внедрения бережливых технологий является изменение отношения сотрудников к своей работе. Образование в существующем направлении имеет много специфических особенностей. Однако следует отметить, что универсальные, проверенные подходы будут полезны и здесь.

II. ТЕОРИЯ

Бережливые технологии в образовательных организациях - это технологии, которые повышают качество образования с минимальными затратами. Из этого следует, что бережливые технологии, которые используются в сфере образования, значительно повышают уровень удовлетворенности потребителей образовательных услуг и их законных представителей, а следовательно, и сотрудников образовательного учреждения как сотрудников организации.

Внедрение и реализацию бережливых технологий в образовательных организациях возможно осуществить за счет следующих задач:

Организовать рабочие места работников образовательного учреждения;

Разработать технологии вовлечения обучающихся в образовательный процесс;

Организовать курсы повышения квалификации для работников образовательной организации с применением бережливых технологий;

Улучшить материально-техническую базу образовательного учреждения;

Внедрить систему стимулирования для работников, применяющих элементы бережливых технологий;

Совершенствовать информационно-образовательное пространство и образовательную инфраструктуру;

Совершенствовать практико-ориентированное обучение, направленное на решение проблем при помощи бережливых технологий;

Внедрить концепции бережливых технологий в инструменты и методы образования по отдельности, составляющих единую систему.

Так, на базе Белгородского техникума общественного питания в 2021 году открыт проект «ФАБРИКА ПРОЦЕССОВ» с целью внедрения методов и технологий Бережливого производства.

Учебная площадка фабрики процессов «Уборка гостиничного номера» развернута на базе учебного гостиничного номера, оборудованного работодателем-партнером ООО «Гостиничный Комплекс Белгород».

«Фабрика процессов» создается для дальнейшего обучения, вовлечения руководителей и сотрудников в бережливое производство как на предприятиях, так и в организациях. Эффект от обучения на Фабрике заключается непосредственно в полученных знаниях инструментов и методик бережливого производства.

Для последующего самостоятельного проведения обучения проводится обучение тренеров Фабрики. В программу входит методический разбор материалов Фабрики и тренинг по навыкам активного практического обучения. «Фабрика процессов» укомплектована Паспортом, в котором представлены все бланки, дидактические материалы, презентации, руководство тренера по проведению обучения. Качество «Фабрики процессов» подтверждается сертификацией Фабрики и каждого тренера по стандартам.

По запросу от предприятий, учебных заведений «Фабрика процессов» разрабатывается под специфику своего предприятия, с учетом производственной, отраслевой, или функциональной специфики предприятия/организации.

Целью обучения на фабрике процессов являются:

- изменения традиционных представлений об управлении производственными процессами;
- освоить и отработать навыки, умения компетенции бережливого производства;
- сформировать представления о корпоративной культуре бережливого производства.

Задача фабрики процессов - практическое, активное обучение (тренинг), направленное на формирование Lean-мышления и умения видеть потери, а также совершенствование процесса.

Целевая аудитория фабрики процессов:

В фабрике процессов под названием «Уборка гостиничного номера» могут принимать участие преподаватели, мастера производственного обучения, обучающиеся, школьники, слушатели профессиональных курсов.

Инструменты бережливого производства, осваиваемые на фабрике процессов:

1. Стандартизированная работа представляет собой метод, который позволяет задокументировать стандарт выполнения определенных задач в заданной последовательности. Стандартизированная работа касается человеческих передвижений, которые обеспечивают безопасность осуществляемых работ непосредственно с сохранением качества и сроков, посредством постоянных улучшений путем устранения потерь;

2. Система 5С представляет собой это систему организации рабочего места, позволяющую повысить эффективность и управляемость операционной зоны, улучшить корпоративную культуру, повысить производительность труда, сохранить время. Система 5С была разработана в Японии. Она способствует организации и рационализации рабочих мест, тем самым направленная на повышение управляемости, эффективности операционной зоны, а также на увеличение производительности труда, позволяя экономить время и совершенствовать корпоративную культуру. Концепция бережливого производства 5С предполагает, что все сотрудники предприятия, начиная от уборщицы и заканчивая топ-менеджером - соблюдают определенное количество простых правил. При этом не требуется особого применения более новых управленческих технологий и программ;

3. Диаграмма спагетти (Spaghetti Diagramm) представляет собой графическое изображение движения человека (работника) при выполнении деятельности. Диаграмма спагетти является специализированной картой, позволяющая разнообразным способом отобразить аспекты производственного процесса. Важными аспектами для отображения являются физический поток, т.е. перемещение работников и поток материала на процессе. Диаграмма спагетти используется для изображения макета данных перемещений в рабочих зонах. Следует отметить, что данная диаграмма используется для картирования потока создания ценности. Более того, она нашла широкое применение в розничной торговле, банковской сфере и на производстве;

4. Виды потерь. Целью бережливого производства предполагается предотвращение потерь. Следует не только устранить, но и в дальнейшем не допускать появления и/или развития потерь. В бережливом производстве выделяют восемь видов потерь.

- потери перепроизводства;
- потери транспортировки;
- потери ожидания;
- потери из-за запасов;
- потери из-за производства продукции с дефектами (брака).
- потери излишней обработки;
- потери на лишние движения (не связанные напрямую с осуществлением производственной деятельности);
- потери творческого потенциала (неполное использование возможностей человеческого ресурса).

5. Анализ потерь: 5 почему представляет собой инструмент, который использует вопросы с целью изучения причинно-следственных связей, лежащих в основе конкретной проблемы, а также определения причинных факторов и выявления коренной причины. При выявлении проблемы нужно задать вопрос «почему» столько раз, сколько это необходимо с целью выяснения первопричины. «5 почему» является методом обсуждения проблемной ситуации, который позволяет добраться до первоисточника при помощи последовательных ответов на вопрос «Почему?» Данный метод получил свою популярность в компании «Тойота», которая является образцово-показательной в области применения принципов бережливого производства. Стремительное решение возникшей проблемы может быть удобным, но оно не гарантирует защиты от повторения вновь возникающих ошибок. Именно поэтому важно сосредоточиться на поиске первопричины, чтобы предотвратить данные инциденты в дальнейшем.

Фабрика процессов является учебным объектом практического обучения, который представляет собой учебную площадку, воспроизводящую определенный управляемый учебный производственный процесс, где обучающиеся осваивают и отрабатывают умения, навыки и компетенции бережливого производства.

В существующей фабрике процессов на учебной площадке с определенной степенью упрощения и схематичности имитируется реальный производственный процесс «Уборка гостиничного номера».

Учебный производственный процесс максимально приближен к реально существующей жизни. Он учитывает действующие регламентирующие нормативно-правовые принципы. В учебном производственном процессе также программируются типовые проблемы реального процесса.

Участники фабрики используют инструменты бережливого производства, выявляют проблемы производственного процесса, изучают выявленные проблемы, разрабатывают улучшения и внедряют их в производственный процесс, пытаясь максимально повысить его эффективность.

Фабрика процессов реализуется в несколько раундов. В первом раунде участники воспроизводят исходный производный процесс. В последующих раундах - реализуют улучшения, разработанные в межраундовых обсуждениях.

Каждый участник фабрики процессов «Уборка гостиничного номера» действует в связи с установленными рабочими стандартами, не выходит за рамки установленных стандартов пока в результате межраундовых обсуждений для реализации принятых улучшений стандарты не будут изменены.

Гостиница представляет собой предприятие, работающее в непрерывном режиме обслуживания, а, значит, к нему предъявляются высокие санитарно-гигиенические требования. Поддержание достаточно необходимого уровня комфорта и санитарно-гигиенических норм не только в гостевой и служебной зонах, а также офисах гостиницы, что является важнейшей функцией административно-хозяйственной службы.

Формат фабрики процессов подразумевает имитацию ситуации от начала процесса до его окончания.

III. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Следует отметить то, что фабрика процессов позволяет в наиболее короткие сроки научить участников выявлять, а также устранять потери при организации деятельности; получить практические навыки непосредственного применения инструментов бережливого производства, тем самым изменить традиционные представления о подходах к организации работы, а также позволяет формировать в полном объеме активный стиль поведения участников, способствует развитию не только аналитических способностей, навыков аргументации и принятия решений, но и умению работать в команде.

Таким образом, использование инструментов бережливого производства в образовательном процессе на конкретном примере уборка гостиничного номера позволяет обучающимся освоить и отработать умения, навыки и компетенции бережливого производства, а также сформировать у них представление о корпоративной культуре бережливого производства в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ерохин Е. А. Актуальность методологии бережливого производства в условиях мирового экономического кризиса // EKportal.ru. URL: http://www.ekportal.ru/page-id-1360.html (дата обращения: 30. 10.2022).

2. Лайкер Дж., Майер Д. Практика дао Toyota: Руководство по внедрению принципов менеджмента Toyota. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 588 с.

3. История бережливого производства // Академия менеджмента. URL: http://www.lean-academy.ru/lean/history.php (дата обращения: 30.10.2022).

4. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 402 с.

5. Сидоренко Е. В. Тренинг коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии. СПб.: Речь, 2008. 208 с.

УДК 379.85

ВНЕДРЕНИЕ ГЕНДЕРНОГО ПОДХОДА В ИНДУСТРИЮ ТУРИЗМА: ВОСПРИЯТИЕ ЖЕНЩИН-РУКОВОДИТЕЛЕЙ

Я. К. Кондрашова

Владимирский государственный университет им. А. Г. и Н. Г. Столетовых, Владимир, Российская Федерация

Y. K. Kondrashova

Vladimir State University A. G. and N. G. Stoletovs, Vladimir, Russian Federation

Аннотация. В статье рассматривается степень гендерного превосходства в сфере туризма на места руководителя. Особое внимание уделено проблеме восприятия женщин, как руководителей в индустрии туризма. Результаты исследования указывают на основные формы внутреннего и внешнего гендерного стереотипа в работе женщин-руководителей в сфере туризма.

Ключевые слова: туризм, гендерный подход, женщина-руководитель, психология, стереотип.

I. ВВЕДЕНИЕ

Несмотря на растущее присутствие женщин на рынке труда в сфере гостеприимства, эмпирические данные свидетельствуют о сохраняющейся горизонтальной и вертикальной сегрегации, а также о разрыве в оплате труда — ситуации, которая увековечивает упущенные возможности для отрасли.

Методология основана на тридцати полуструктурированных углубленных интервью с женщинами-руководителями индустрии гостеприимства. Результаты показывают, что влияние созданных самим собой барьеров, гендерных ролей, проблем, связанных с примирением между работой и личной жизнью, и вопросов, связанных с гендерными организациями, являются основными факторами, препятствующими достижению гендерного равенства.

Хотя число женщин в советах директоров и на высших руководящих должностях в организациях по всему миру увеличивается, оно остается низким и растет очень медленными темпами.

Было опубликовано множество статей, анализирующих представленность женщин на должностях по всему миру и посвященных гендерной дискриминации, т. е. различному обращению с людьми в зависимости от их пола. Исследование причин недостаточного представительства женщин на высших руководящих должностях связывает это с препятствиями на рабочем месте, недостаточным количеством квалифицированных женщин на более низких ступенях карьерной лестницы, дискриминационным стереотипным представлением лидерских качеств как мужских качеств, несовместимостью структуры работы и требований, создания семьи и самостоятельных барьеров. Имеются свидетельства как вертикальной, так и горизонтальной сегрегации, а следствием гендерной дискриминации является гендерный разрыв в оплате труда [1].

Несмотря на то, что существует значительный объем эмпирических и теоретических исследований по гендерным вопросам в рабочей среде, не хватает исследований, применяющих феминистские теории к вертикальной сегрегации женщин в секторе туризма и индустрии гостеприимства.

Эти пробелы тем более значительны из-за экономической важности туризма и его своеобразных особенностей как промышленного сектора. Занятость в индустрии гостеприимства и туризма связана с заведомо низкой заработной платой, низкими гарантиями занятости, продолжительным рабочим днем и сменной работой и с более низкими возможностями трудоустройства, чем в других отраслях.

Кроме того, хотя женщины составляют 55,9% рабочей силы в сфере туризма в странах-членах ОЭСР, условия их труда хуже, чем у их коллег-мужчин. Все это приводит к вертикальной и горизонтальной сегрегации, которая помогает поддерживать разрыв в лидерстве.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В статье рассматривается положение женщин на рынке труда в сфере гостеприимства, в частности их продвижение по карьерной лестнице. Он отвечает на призывы к более широкому взгляду на «стеклянный потолок», начиная с фактора двойной связи, который касается дискриминации на гендерном социокультурном уровне.

Задача исследования — понять развитие карьеры женщин с гендерной точки зрения, изучив восприятие женщин-менеджеров в индустрии гостеприимства и выявив различные факторы, которые препятствуют или способствуют продвижению женщин на руководящие должности. Этот критический анализ будет основан на разработке конкретной социальной гендерной модели для индустрии гостеприимства и приведет к рекомендациям по стратегиям и действиям по расширению прав и возможностей женщин в индустрии гостеприимства. Вопросы исследования, вытекающие из этой цели, следующие: Как гендерный подход улучшает наше понимание положения женщин в индустрии гостеприимства? Какие индивидуальные и социальные факторы влияют на карьерный рост женщин в индустрии гостеприимства? Какие отраслевые факторы влияют на карьерный рост женщин в индустрии гостеприимства? Для достижения этой цели и ответа на вопросы исследования был проведен качественный анализ тридцати успешных женщин, занимающих руководящие должности в индустрии гостеприимства по всей России.

III. ТЕОРИЯ

Мужчины и женщины сталкиваются с разными ожиданиями, даже когда они занимают одинаковые структурные позиции, а различия в статусе формируют ожидания и способы, которыми членство в группе и вне группы влияет на поведение. Наконец, на институциональном уровне дифференциация отражается в том, как редко женщины и мужчины занимают одинаковые должности. Большое разнообразие организационных структур воспроизводит и развивает гендерные различия посредством разделения труда, иерархии ролей и структур власти. Компоненты институционального уровня связаны с сохранением власти и ресурсов в основном за мужчинами, что подразумевает появление разрыва в оплате труда, гендерную сегрегацию по отраслям и профессиям, контрактные различия, стеклянный потолок и другие аспекты.

Гендерные роли или гендерные стереотипы являются культурными репрезентациями того, что ожидается от женщины или мужчины. Люди строят свое существование на их основе, усваивая культурно сконструированные и согласованные коды и признаки идентичности, которые поддерживаются за счет восхищения или порицания других.

Возложение домашних и семейных обязанностей на женщин основано на их предполагаемой большей способности к заботе, доброте и чуткости, в то время как мужчинам отводится роль кормильца семьи, поскольку она связана с автономией, доминированием и властью[2]. Преданность женщин семье или работе по дому часто идет рука об руку с более ограниченным участием в профессиональной деятельности, и женщины, как правило, выбирают профессии или роли, где уровень образования и инвестиции в человеческий капитал менее важны.

Таким образом, женщины, как правило, менее уверены в своих силах, менее честолюбивы и менее склонны к риску. Эти созданные самими собой барьеры ограничивают профессиональное развитие женщин и могут проявляться в нежелании или неспособности продвигать себя через нетворкинг. Кроме того, гендерное сознание и созданные самими собой барьеры также могут объяснить гендерные различия, например, в выборе академических предметов (социальные науки или естественные науки) и могут объяснить, почему студентки

преобладают в большинстве школ гостиничного менеджмента; в России 67% студентов, изучающих туризм в университетах, составляют женщины.

Интерактивный уровень имеет дело с тем, как личные представления о гендере и гендерных ролях укрепляются посредством взаимодействия с другими людьми. «Идеальным работником» обычно является мужчина, и он должен вести себя соответственно. Ожидается, что менеджеры на высоких должностях будут придерживаться более мужественного стиля руководства, характеризующегося уверенностью, силой, агрессивностью, уверенностью, конкурентоспособностью и целеустремленностью — качествами, которые традиционно не считаются женскими. Это означает, что женщины рассматриваются как неспособные или неподходящие для этих должностей. Если женщины придерживаются мужского поведения или мужского стиля руководства на руководящих должностях, их, как правило, отвергают, поскольку они не соответствуют ожиданиям женской гендерной роли. Тем не менее, недавние исследования показали, что назначение женщин-лидеров связано с большей инновационностью и прибыльностью, более широким охватом потребителей и лучшими результатами в области корпоративной социальной ответственности[3].

Гендерные ожидания в отношении разделения пространства и семейных обязанностей по-прежнему влияют на выбор женщинами профессии, особенно в отношении руководящих должностей в индустрии гостеприимства, где обязательность и возможность путешествовать имеют решающее значение. Гибкость становится основным требованием к «идеальному работнику» в индустрии туризма. Таким образом, стремление женщин к балансу между работой и личной жизнью может быть одним из основных факторов, удерживающих стеклянный потолок в этом секторе.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Было проведено 30 полуструктурированных личных интервью с женщинами-руководителями, занимающими руководящие должности в сфере туризма. Также учитывались высшие уровни управления (менеджер отеля и менеджер гостиничной сети), а также более низкие должности в организационной иерархии (т.е. руководящие должности в приемной или других отделах). Возраст участников варьировался от 32 до 50 лет, и большинство из них были женаты или жили с партнером (60%). Только девять были холостыми, двое разведены и у половины (53%) были дети. Интервью были расшифрованы. Анализ проходил через следующие этапы: ознакомление, обработка данных, выявление закономерностей.

По словам женщин, с которыми мы беседовали, самооценка и укоренившиеся негативные убеждения относительно собственных способностей были серьезными препятствиями на пути их карьерного роста. Все участники имели образование, соответствующее руководящим должностям (дипломное и последипломное образование), имели слабое представление о собственных возможностях. Одна из опрошенных отметила, что женщины ограничивают собственные амбиции: «Мы недостаточно ценим себя. Мы более консервативны и подвержены большему социальному давлению».

Это отсутствие уверенности в себе также проявляется в переговорах женщин об условиях занятости, включая заработную плату; было показано, что женщины не решаются вести переговоры. Это гендерное различие влияет на неравенство в оплате труда и продвижении по службе. «Женщины гораздо хуже договариваются о своей зарплате».

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Барьеры, созданные самими собой, также влияют на выбор женщинами карьеры. Утверждается, что женщины ищут определенную работу, чтобы легче выполнять свои семейные обязанности. Результаты показали, что усваиваемые женщинами гендерные роли в их семьях тесно связаны с этими барьерами, которые они сами навязывают себе. Около 50% опрошенных женщин имели детей, и все эти матери осознавали влияние материнства на профессиональные перспективы женщин в сфере туризма: «Время, когда женщины могут подняться на руководящую должность, совпадает с периодом, когда у многих женщин появляются маленькие дети».

Наши результаты показывают, что наши опрошенные изначально не стремились занять руководящую должность и не имели стратегии для ее достижения. Для них руководящая должность стала результатом успешной карьеры и больших усилий.

Гендерные роли настолько глубоко укоренились в подсознании людей, что они принимаются как «норма» и, следовательно, не подвергаются сомнению[4]. Женщины-руководители, опрошенные для этого исследо-

вания, рассказали, что гендерные стереотипы и роли повлияли на их профессиональную карьеру, и описали, как внешние культурные представления о том, что подходит для женщин и мужчин на руководящих должностях, создают барьер: «Когда женщины проявляют профессиональные амбиции, это воспринимается как отрицательная характеристика, тогда как у мужчин профессиональные амбиции воспринимаются как положительная черта».

Кроме того, в интервью выявилось поведение, ожидаемое от пола, связанное со стилем руководства. Существование гендерных различий в стилях руководства является спорным вопросом, поскольку создает стереотипы. Следует отметить, что женщины-лидеры уделяют больше внимания межличностным отношениям, сотрудничеству, командной работе и сопереживанию, чем лидеры-мужчины. Положительные социальные качества, связанные с женщинами (эмпатия, общение, красота), не соответствуют стилю руководства, которого ожидают от гостиничных компаний. Некоторые из опрошенных считали, что им пришлось принять агрессивный стиль руководства, чтобы достичь ответственного положения: «Мужчины доминируют, и только женщины с сильным характером могут выжить».

О причинах их профессионального успеха, многие из собеседников подчеркнули преданность организации, гибкость, жертвенность и страсть. Однако трудоголическое поведение, точно соответствующее образу «идеального туристического работника», создает проблему баланса между работой и личной жизнью, поскольку ведущую роль в семейной сфере по-прежнему занимает женщина[5].

Существование мужской культуры (гендерной культуры) в организациях, наряду с определенными организационными практиками (сохранение мужской власти, отсутствие наставничества, отсутствие тщательного планирования карьеры, стереотипы), является наиболее важным препятствием для женщин становиться менеджерами в сфере туризма.

Несколько опрошенных подчеркнули, что организационная культура сектора является одним из основных факторов, ограничивающих профессиональный рост женщин. «Женщины, как правило, попадают в те же области и на работу, которая требует более низкой квалификации: «Там, где есть настоящая власть, женщин по-прежнему нет».

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, основные барьеры на пути продвижения женщин по карьерной лестнице невидимы. Ожидается, что женщины будут вести себя как женщины, но традиционно женское поведение не считается желательным для лидера; в то же время осуждается любое женское поведение, противоречащее традиционной женской гендерной роли. Например, амбициозность не считается женской чертой.

Результаты также показывают, что женщинам-руководителям, которые смогли достичь руководящих должностей, пришлось бросить вызов традиционным гендерным ролям как на работе, так и в личной жизни, где их партнеры играют важную роль в уходе за детьми. Выбор баланса между работой и личной жизнью определяет профессиональную роль женщин.

Исследование также показывает, что индустрия туризма является весьма традиционным сектором, в котором преобладают мужские ценности и существует множество стигматизированных профессий.

Организации гостиничного бизнеса должны нести ответственность за свою гендерную политику и поощряться к тому, чтобы предоставлять женщинам-сотрудникам больше возможностей для развития. Необходимы более открытые дебаты о расширении прав и возможностей женщин и гендерном равенстве в туристическом секторе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Белядский Н. П. Интеллектуальная техника менеджмента. Минск: Новое знание, 2001. 320 с.

2. Зайцев Г. Г. Управление персоналом. СПб.: Изд-во Санкт-Петербург. гос. ун-та экономики и финансов, 1998. 310 с.

3. Иванцевич Д. М. Человеческие ресурсы управления. М.: Дело, 1993. 255 с.

4. Коробейников А. Жизнь и карьера // Проблемы теории и практики управления. 2001. № 6. С. 77–81.

5. Молл Е. Управленческая карьера в России // Проблемы теории и практики управления. 1996. № 6. С. 117–120.

6. Травин В. В. Профессиональный рост и планирование // Управление персоналом. 1999. № 8. С. 62–68.

УДК 338.48(571.13)

О КРЕАТИВНОМ ТУРИЗМЕ И ПОТЕНЦИАЛЕ ЕГО РАЗВИТИЯ В ОМСКОМ РЕГИОНЕ

Е. В. Кулагина
ФГАОУ ВО «Омский государственный технический университет», Омск, Россия

E. V. Kulagina
Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. Темп развития креативной индустрии в последние годы опережает мировую экономику в целом. Рынки креативной индустрии определяются специалистами как высокоперспективные. Их значимая роль в развитии и маркетинге территории показан на практических примерах в странах Европы и Азии. Туризм как полифункциональный социально-экономический феномен, обладающий мультипликативным эффектом, способствует возникновению синергии между субъектами рынков. Интеграция творческого контента и туристского опыта повышает ценность творческих продуктов, способствует их выводу на новые целевые аудитории, улучшает имидж территории и может обеспечить экспорт креативных товаров и услуг. В статье раскрывается значимость связи креативного туризма и креативных индустрий; на основе обобщённой характеристики культурного и творческого потенциалов Омской области показаны возможные треки креативного туризма в регионе.

Ключевые слова. Креативная индустрия, креативный туризм.

I. ВВЕДЕНИЕ

В последние годы отмечается быстрый рост креативной отрасли играющий, важную роль в распространении знаний, так как креативные индустрии нередко определяются как основанная на знаниях творческая деятельность, которая связывает потребителей, производителей и территории за счет использования технологий и навыков для создание значимых материальных культурных продуктов, творческого контента и опыта. Нередко творческая индустрия включает такие секторы как реклама, анимация, архитектура, искусство, программное обеспечение, компьютерные игры, дизайн, кино, гастрономия, анимация, телевидение и радио.

Креативный туризм существенно расширяет концептуальность туристической деятельности, он способствует поддержке и распространению инноваций, улучшает имидж территории, открывает новые рынки экспорта туристских услуг [1].

Креативные индустрии является важным источником контента для туристского опыта, маркетинга территорий.

Креативный туризм существенно отличается от модели культурно-познавательного туризма. Прежде всего следует отметить его тесную связь с нематериальным культурным наследием, которое является частью культурного кода территории. Креативный туризм может быть связан не только с традиционными культурными практиками, следует отметить его нацеленность на современное творческое искусство, которое также в качестве источника вдохновения может использовать традиционную культуру.

В структуре культурно-познавательного туризма преобладают такие продукты культурного наследия как музеи, архитектура, памятники. Если же мы говорим о креативном туризме, то здесь отмечается большая доля присутствия таких творческих элементов как музыка, кино, театр, литература, мода, дизайн, ремесла и прочие сегменты креативных индустрий. Стиль оформления местности креативного туризма во многом обусловлен концентрацией культурной жизни определённой территории.

Одним из показателей вклада креативного туризма в креативную экономику может быть увеличение расходов туристов и жителей местности на разные элементы творчества и культуры.

В контексте развития креативного туризма увеличение объемов потребления творческих продуктов наблюдается не только со стороны туристов, но и со стороны гостиниц и предприятий питания, которые стремятся усилить свою культурную аутентичность.

В креативном туризме, как части креативной экономике основное внимание уделяется творческому контенту и платформам, которые способствуют его распространению.

Творческий контент также может влиять на формирование туристского интереса. Например, на желание посетить ту или местность может повлиять просмотр определённых фильмов. Известный сериала «Великолепный век» значительно увеличил число желающих посетить дворец Топкапы.

Обычно участниками творческих путешествий являются люди высокообразованные и профессионалы. Они стремятся к общению с местными мастерами и нередко остаются на достаточно длительное время в туристской дестинации.

Интеграция современных информационных технологий в туристский опыт является важным условием развития креативного туризма. Новый контент, формируемый с помощью цифровых медиа повышают качество туристских впечатлений [2] и способствуют созданию новых форм создания стоимости. Поэтому сейчас довольно активно разрабатываются платформы для распространения творческого контента.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В практике туризма за последние несколько десятилетии скопилось немало примеров развития территорий благодаря разработке концепций, основанных на творческих элементах.

Креативный туризм является своего рода откликом на запрос потребителей, ищущих аутентичные культурные впечатления.

Также в структуре продукта креативного туризма присутствует услуги, товары креативных индустрий, таким образом представители креативных секторов являются значимыми субъектами туристского рынка. Основанием для развития креативной туристкой территории могут быть ремесла, характерные для данной местности, аутентичная кухня, развития киноиндустрия, музыка, как, например, корейский туристский бренд «K-POP».

Креативный туризм это больше, чем специализированная ниша культурно-познавательного туризма. Он способствует расширению туризма в целом, открывает новые возможности для инновационного развития, увеличивает спектр феноменов туристского интереса; он создаёт новые синергии с различными отраслями.

Ключевой задачей исследования является изучение потенциала Омского региона для развития креативного туризма.

III. ТЕОРИЯ

Омская область – это промышленный регион с развитым сельским хозяйством с уникальным культурным пространством. Благодаря культурно-историческому наследию, географической локализации, Омскую область определяют как регион, где традиции расположения, особенности экономики, характер жителей создают широкие возможности для евразийского сотрудничества в области бизнеса, спорта и культуры. Омский регион определяют и как открытую платформу для реализации евразийских возможностей. Открытость региона к новшеству определяется многогранностью и отсутствием выраженной специализации, а также динамичностью характера среды, которая открывает двери для любых идей и предложений, предпринимателей и специалистов. На территории региона проживает более 100 национальностей. Благодаря работе сотрудников Сибирского культурного центра составлен этнокультурный ландшафт Омского Прииртышья, «…представляющий уникальный региональный комплекс культурных традиций славянских групп населения языком локальных брендов» [3].

Промышленность региона включает ряд крупных предприятий, входящих в число лидеров российского рынка в области нефтегазового и химического производства, машиностроения, космической и авиационной техники.

Омск обладает узнаваемыми спортивными брендами: Международный сибирский марафон, хоккейная команда «Авангард». Также в городе функционируют сильные спортивные школы по биатлону, велоспорту, художественной гимнастике и спортивной акробатике.

Омский региона является родиной гастрономических брендов «Skuratov Coffee», «Любинское», «Руско-Полянские сыры», «Пять озер», «Сладуница», «Омичка», «Лужайкино», и пр.

Известные бренды омских дизайнеров «Jewerly atelier», «AP design», «FORMABLACK», «Krumpy socks», «Авиатор».

Омск славится и своей театральной жизнью. Город считается одним из крупных театральных городов Сибири. Также широкой известью пользуется театральный фестиваль «Золотая маска», музейно-выставочная композиция кукол в Театре юного зрителя.

Характеризуя возможности туристской инфраструктуры Омского региона следует отметить, что число коллективных средств размещения на 2020 год составило 339 (+37% по отношению к 2017 г.), число коллективных средств размещения уровня 4* - 5 [4-7] и в 2022-23 годах планируется к открытию две четырех звездочных отеля.

Номерной фонд на 2020 год составил 10327 ед. (+19% по отношению к 2017 г.). Число размещенных лиц в до пандемийный период за год достигало 834457 чел., из них 95 % - гости из субъектов Российской Федерации [4-7].

Ведущими целями прибытия в регион являются деловые визиты [7].

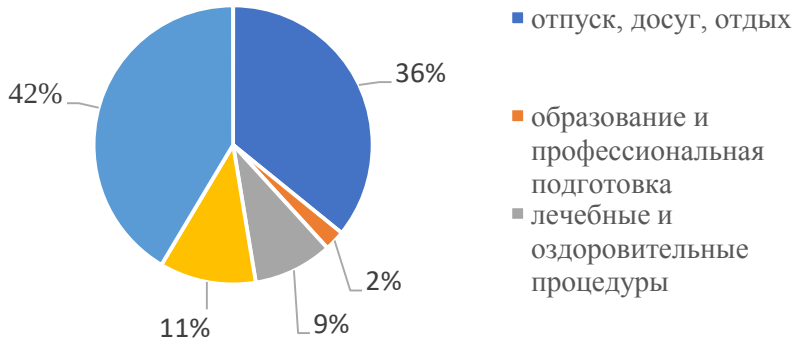


Рис. 1. Цели прибытия в Омский регион

В транспортной системе Омской области представлены практически все основные виды транспорта. Омск – важнейший узел транспортных коридоров, связывающих Европу, Дальний Восток и Центральную Азию. Железнодорожная станция Омск занимает ключевое положение в системе Западно-Сибирской железной дороги ОАО «РЖД». Основные направления транссибирской магистрали, проходящие через Омск: южное – на Челябинск, северное – на Тюмень и Екатеринбург, восточное – на Новосибирск. В Омске находятся два железнодорожных вокзала, расположенных по соседству и образующих привокзальную площадь: «Омск-Пассажирский» и «Омск-Пригородный». Оба вокзала соответствуют европейским стандартам.

На территории города Омска расположен международный аэропорт, относящийся к категории «В» и включенный в перечень 92 аэродромов федерального значения, необходимых для осуществления полномочий Российской Федерации.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Характеризуя разные аспекты культурной и деловой жизни Омского региона следует отметить, что заметными генераторами креативного туризма могут выступить локальные территории Омской области, а также событийные мероприятия со сложившимся туристским трафиком.

Пилотными территория и треками для развития креативного туризма могут стать такие направления как «Театр и литература», «Event: sport», «Industry», «Мода» (Омск), «Food» (г. Омск,г. Калачинск, р.п. Любино), «Ремесла» (с. Крестики, р.п. Полтавка, с. Бобровка, Муромцевский муниципальный район).

Для начала пилотирования креативных туристских треков необходимо выявление конкретной локализации пространств, характеризующихся высокой концентрацией культурной жизни за счёт сосредоточения инфраструктуры, определяющих тематическую направленность культурного трека.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Творческие отрасли могут обеспечить значительный рост туризма, что, в свою очередь может способствовать усилению спроса на творческие продукты. При этом важным условием развития культурной творческой территории является связь между культурой, средствами массовой информации и туризмом. Рынок современной культуры (в том числе и связанной с традиционной культурой) и рынок СМИ - это развивающиеся рынки, которые, по всей вероятности, будут способствовать дополнительным росту туризма.

Взаимосвязь туризма и креативных отраслей может иметь ряд важных эффектов, в частности это может выразиться в увеличение спроса и в изменении структуры туристского трафика; в создании имиджа локальных территорий; в создании творческой и/или аутентичной культурной атмосферы; в развитии малых творческих предприятий; в привлечении талантливых личностей; в кластеризации креативных отраслей; в расширении сетей профессиональных контактов.

Задача дестинации состоит в создании пространств, характеризующихся высокой концентрацией культурной жизни на определенной локальной территории. Креативный туризм способствует развитию сети участников-производителей туристского опыта.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Связь между туризмом и креативными отраслями может иметь широкий сектор выгод, таких как: создание добавленной стоимости, увеличение аттрактивности местности, создание новых рабочих мест. Туризм как экономический феномен, довольно сложен по своей сути, так как с одной стороны он сопутствует развитию ряда отраслей, с другой – находится под непосредственным их влиянием. Сектора туризма и креативных индустрий имеют сильную фрагментированность, что создает определённые сложности в установлении связей. Однако потенциал получения взаимовыгодных результатов очевиден, и Омская область обладает потенциалом для начала активной деятельности по установлению связи между туризмом и креативными индустриями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шевченко А. А. Креативные практики в рекреационном пространстве современного российского города // Гуманитарий Юга России. 2015. № 4. С. 292–298.

2. Черевичко Т. В., Темякова Т. В. Креативный туризм и цифровизация общества // Известия Саратовского университета. Серия: Экономика. Управление. Право. 2022. Т. 22, № 2. С. 145–151.

3. 100 идей, как сделать Омскую область лучше. Программа развития бренда Омской области. Омск, 244 июня, 2011. URL: https://pr-club.com/assets/files/actual/omskaja_oblast/regiondevelopment.pdf (дата обращения: 30.10.2022).

4. Деятельность коллективных средств размещения г. Омска. Экспресс-информация / Федеральная служба государственной статистики. Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Омской области, 2018.

5. Деятельность коллективных средств размещения г. Омска. Экспресс-информация / Федеральная служба государственной статистики. Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Омской области, 2021.

6. Деятельность коллективных средств размещения Омской области. Экспресс-информация / Федеральная служба государственной статистики. Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Омской области, 2018.

7. Деятельность коллективных средств размещения Омской области. Экспресс-информация / Федеральная служба государственной статистики. Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Омской области, 2021.

УДК 379.85(479.25)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА В АРМЕНИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Э. А. Мурадханян, Н. П. Рудникова

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева», г. Орёл, Россия

E.A. Muradkhanyan, N. P. Rudnikova

Turgenev Orel State University

Аннотация. В данной статье было раскрыто понятие религиозного туризма проанализировано его состояние в Армении, перечислены туроператоры, занимающиеся данным видом туризма, а также выделены популярные направления и события, относящиеся к религиозному туризму. Данная тема исследования актуальна, так как культурно-познавательный туризм является самым популярным видом туризма, играет важную роль в системе международного туризма. При написании статьи были поставлены следующие задачи: раскрытие содержания понятия «религиозный туризм»; выявление самых популярных направлений в религиозном туризме в Армении; описание мероприятий религиозного характера в Армении; выявление перспектив развития религиозного туризма в Армении. Исследование показало, что Армении необходимы новые туристские программы, направленные на развитие культурно-познавательного и религиозного туризма, а также повышение квалификации кадров в сфере туризма в стране.

Ключевые слова: туризм, религиозный туризм, Армения, паломничество, религия.

I. ВВЕДЕНИЕ

Туризм в Армении является ключевым сектором экономики. Эта страна является одним из быстрорастущих направлений туризма в мире. Большой интерес для туристов представляет туризм с целью изучения объектов культурного наследия. В статье будет проанализирован религиозный и паломнический туризм, его современное состояние.

Теоретической и методологической основной решения поставленных задач в работе явились научные труды зарубежных и отечественных авторов по вопросам, связанным с современным состоянием и развитием религиозного туризма в мире и Армении. Информационную основу составили данные государственной статистики о состоянии рынка туристских услуг: нормативные правовые акты, статистика туризма в Армении, а также результаты собственных исследований.

Научный инструментарий решения задач представлен методами сбора, обобщения и анализа исходной теоретической и эмпирической информации, анализа научной литературы, синтеза, сравнения, аналогии, классификации, статистической информации, системного анализа.

Затронутой теме были посвящены научные работы таких авторов как Акопян А., Айвазян М.А., Тревер К. В., Саакянц Р. Г. Их работы служат теоретической базой для написания данной работы.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Главной задачей исследования является выявление сильных и слабых сторон культурно-познавательного туризма Армении с уклоном в религиозный туризм. В исследовании необходимо проанализировать главные туроператорские организации, занимающиеся организацией туров религиозной направленности (в том числе паломничество), проанализировать главные религиозные достопримечательности страны, обозначить наиболее популярные среди туристов. Помимо прочего, необходимо предположить, как можно улучшить положение религиозного туризма в Армении, выявить главные перспективы развития

Объектом исследования является

Предметом исследования является рынок религиозного туризма в республике Армения.

III. ТЕОРИЯ

Религия играет большую роль в жизни многих людей. Религиозные убеждения формируют мировоззрение большого количества людей. Человек, который верит в бога, конечно же, хочет посетить разные святые места. Именно это и является религиозным туризмом. Религиозным туризмом называют посещение людьми, исповедующими определённую веру, святых мест, экскурсии или паломничество к ним с целью приближения к их богу, а также с целью изучения новых культур, традиций и обычаев страны временного пребывания [1].

Религиозный туризм - одна из древнейших форм религиозного туризма. С появлением и развитием религии люди начали интересоваться святыми местами, стали желать приблизиться к ним, изучить их. По оценкам ВТО ООН, 300-330 миллионов туристов посещают ключевые религиозные объекты мира ежегодно Объекты религиозного наследия не только стимулируют международный туризм и экономический рост, но и обеспечивают важные места встреч для посетителей и принимающих сообществ, вносящих жизненно важный вклад в толерантность, уважение и взаимопонимание между различными культурами

Страна, которая богата святыми местами, церквями и храмами, - это Армения. Поэтому эту страну можно изучить с точки зрения развития религиозного туризма. Тщательное исследование сектора туризма Армении было проведено одним из ведущих мировых консалтинговых компаний по управлению McKinsey & Co., и, как следствие, перспективными направлениями для развития в Армении являются: история / культура, религия, природа, здоровье, горные лыжи, приключения, городская культура. Религиозный туризм в настоящее время в приоритете, поскольку его легко коммерциализировать, и он является важным активом на международном рынке [2].

Армения – первая в мире страна, которая приняла христианскую веру. Это произошло в 301 году. Армянская апостольская церковь сыграла важную роль в истории страны, поэтому там так много церквей и монастырей. Они завораживают своим архитектурным разнообразием и внутренней простотой одновременно.

Обязательные к посещению монастыри и церкви в Армении: Эчмиадсинский собор, основанный видением Григория Просветителя, первого католикоса Армянской церкви, Гегардский монастырь, место, где 500 лет хранилось Святое Копье, монастыри Санаин и Ахпат.

Все эти монастыри включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Также стоит побывать в монастыре Хор Вирап, который является ближайшей точкой к горе Арарат – одному из священных символов Армении.

На сегодняшний день существует большое количество религиозных туров по Армении. Туры такой направленности формируют такие туроператоры как: «Barev Armenia», «Armenia Travel», «OneWayTour», «Армянское бюро путешествий» и т.д. Среди этих туроператоров были выбраны наиболее популярные и проанализированы на основе оценок посетителей (рис. 1).

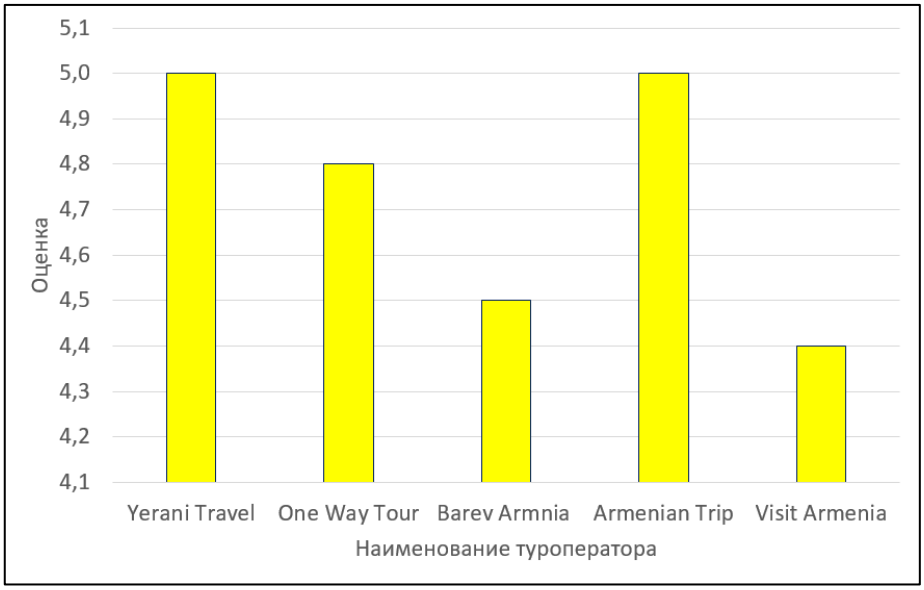


Рис. 1. Оценки популярных туроператоров, предлагающих религиозные туры

Данные статистики Росстата за 2021 год показывают, что в Армению из России выехали 432.4 тысяч человек, из них 217,5 тысяч человек посетили страну с культурно-познавательными целями (рис. 2.).

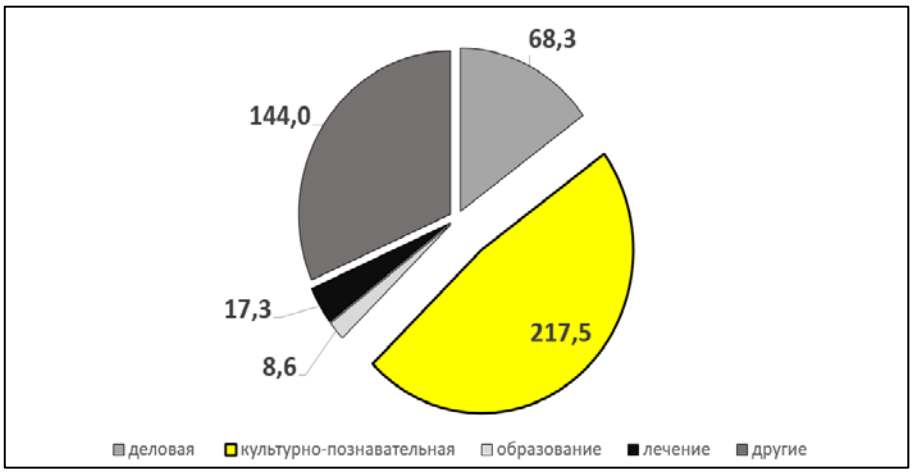


Рис. 2. Число прибывших туристов в Армению и России по целям поездки (тыс.чел.)

Туры религиозной направленности могут быть очень разнообразными, но часто включают в себя следующие объекты:

1. Эчмиадзин – один из главных религиозных центров Армении
2. Хор Вирап – древний монастырь у подножия Арарата
3. Севанаванк – монастырь на берегу озера Севан
4. Ахбат и Санаин – монастыри-объекты ЮНЕСКО, расположенные по обе стороны каньона реки Дебед
5. Хачкары – каменные сооружения с резьбой в виде креста. Считаются архитектурными и религиозными сооружениями
6. Гарни – языческий храм в долине Азат
7. Гегард – монастырский комплекс, является объектом ЮНЕСКО [3].

Эти религиозные объекты наиболее часто пользуются спросом у туристов.

Однако несмотря на то, что не все силы прикладываются для вывода религиозного туризма в Армении на международный уровень, здесь проводится много мероприятий религиозного характера:

1. Фестиваль Барекендан. Слово Барекендан означает "хорошая жизнь"- это напоминание о счастье, о райской жизни; напоминание о том, что Адам и Ева были изгнаны из Эдема после того, как съели запретный плод с Древа Жизни. "Барекендан" отмечается за день до Великого поста

2. Фестиваль Цахказард. Фестиваль цветов отмечается за неделю до Пасхи и знаменует триумфальный въезд Христа в Иерусалим в качестве Мессии. Обычаи, соблюдаемые в этот праздник, начинаются с того, что мальчики и девочки одеваются в свои лучшие одежды. Занятые мужчины каждой деревни выкорчевывают молодую иву и украшают ветви цветными кусочками ткани, фруктами и свечами.

3. Фестиваль Затик. В этот день все приветствуют друг друга: “Христос воскрес” - “Благословенно воскресение Христово”. За 40 дней до Пасхи армянские семьи кладут чечевицу на поднос, покрытый тонким слоем ваты, и хранят его в светлом месте дома до Пасхи [5].

В 2008 году был запущен проект «Возрождение Татева», как благотворительная деятельность под управлением государственно-частного партнерства

Основой проекта является:

- идея возрождения духовных и академических традиций
- восстановления средневекового армянского монастыря;
- осуществление мероприятий, содействующих развитию туристической отрасли в регионе [3].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Проанализировав современное состояние религиозного туризма в республике Армения можно сделать выводы, что в настоящее время турагентства прилагают не слишком много усилий для того, чтобы турпродукт для паломников или просто туристов, желающих осмотреть святые места страны, стал международным. Не каждый гид обладает достаточным багажом знаний, чтобы качественно провести экскурсию. В качестве примера можно привести праздник основателей Армянской церкви, святых апостолов Фаддея и Варфоломея, который три года назад был объявлен днем паломничества к святому копью (Гегарду) в Армении. Поскольку ежегодно сотни миллионов людей по всему миру путешествуют с религиозными целями, этот праздник также может привлечь туристов в Армению, но не многие туристические агентства включают его в пакеты религиозного туризма. Однако у Армении огромный потенциал, в сфере религиозного туризма можно многое улучшить.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Армения направляет много сил на развитие туризма, вопрос его развития поднят на государственном уровне. Общей целью государственной политики в области туризма является расширение вклада туризма в устойчивое развитие национальной экономики и равномерный экономический рост территории, а также сокращение бедности путем поддержания высоких темпов роста числа въездных и внутренних туристов, увеличения доходов от туризма за счет предоставления продуктов и услуг с более высокой стоимостью и создания новых возможностей трудоустройства в отрасли.

К сожалению, в Армении пока все ещё недостаточно программ, созданных для паломников и религиозных туристов. Иная ситуация должна сложиться в отношении религиозных туров. Огромное разнообразие культурных и религиозных объектов архитектуры (церкви, монастыри) дает множество возможностей для создания совершенно новых и улучшенных турпрдуктов, маршрутов и т.д [5].

Потребуется финансирование, в первую очередь, строительства автострад (множество объектов религиозного туризма, в первую очередь, монастырей, находится в труднодоступных районах), а также развития туристической инфраструктуры страны. Однако за этим видом туризма - большое будущее.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Туризм как отрасль экономики Армении в последние годы занимает лидирующие позиции. Последние пять лет характеризуются всплеском интереса к этой стране, постоянному росту числа туристов.

Государство старается поддерживать сферу туризма в стране: появляются новые государственные программы, что запускает процесс совершенствования этой сферы. Основной упор делается на въездной туризм как самый прибыльный и перспективный сегмент туризма. Помимо прочего, вносятся изменения и уточнения в законодательство, идёт процесс продвижения программ туризма, популяризация на международном уровне.

Бесспорным фактором развития туризма является внутриполитическая стабильность. При глубоком экономическом кризисе, в котором находилась армянская экономика с начала 1990-х гг., безработице, высокой эмиграции, темпы развития туротрасли Армении, бесспорно, впечатляют.

История Армении - это смесь трудностей, вторжений и разрушительных стихийных бедствий, и несмотря на все это, армяне не переставали молиться и сумели сохранить свою стойкость и храбрость. На протяжении всей истории Армения приобретала уникальный облик благодаря своей преданности христианству. Христианство помогло армянам сохранить свои древнейшие традиции, придав им религиозное значение [7].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Христов Т. Т. Религиозный туризм: учеб. пособие. М.: Академия, 2008. 286 с.
2. Акопян А. Об исследования туристского рынка Армении компании McKinsey // Деловой экспресс. 2013. № 34. С. 14.
3. Паломнический туризм Армении. Значения проекта возрождения Татева для туризма // Инфорурок. URL: https://infourok.ru/palomnicheskij-turizm-armenii-znacheniya-proekta-vozrozhdeniya-tateva-dlya-turizma-4317167.html (дата обращения: 10.10.2022).
4. Нетрадиционный туризм: приглашает Армения - религиозная, культурная, спортивная // Еркрамас. URL: https://yerkramas.org/article/112120/netradicionnyj-turizm-priglashaet-armeniya---religioznaya--kulturnaya--sportivnaya (дата обращения: 10.10.2022).
5. Обязательные к посещению мероприятия в Армении. URL: https://armeniaholidays.com/religious/ (дата обращения: 10.10.2022).
6. Паломничество в Армению // ADVANTOUR. URL: https://www.advantour.com/rus/armenia/tourism/pilgrimage.htm (дата обращения: 10.10.2022).
7. Тревер К. В. Очерки по истории культуры древней Армении (II в. до н. э. - IV в. н. э.). М. ; Л.: Изд-во Акад. наук СССР, 1953. 294 с.

УДК 379.85:159.9

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА И ЕГО ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

А. С. Павлова

Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, Омск, Россия

A. S. Pavlova

Omsk state University F. M. Dostoevsky, Omsk, Russia

Аннотация. В статье рассматривается вопрос о том, как определить, сущность и виды психологического туризма. Важность статьи объясняется ухудшением психического здоровья населения из-за различных факторов окружающей среды в последнее время. PSY-туризм может помочь решить эту проблему. В статье представлены различные интерпретации этого вида туристической деятельности. В работе описывается роль психологического туризма и наиболее эффективные способы, с помощью которых он может оказать положительное влияние на развитие и оздоровление личности.

Ключевые слова: психологический туризм, развитие туризма в России, туристическая деятельность.

I. ВВЕДЕНИЕ

Туризм играет все более важную роль в мировой экономике. Это один из самых быстрорастущих секторов мировой экономики, который оказывает влияние на многие ключевые отрасли национальных экономик. Будучи мощной глобальной индустрией, туризм вносит значительный вклад в социально-экономическое, политическое и культурное развитие многих стран.

В документах Всемирной туристской организации дается классическое определение туризма: "Туризм — это временное перемещение людей из места проживания в другую страну или в место внутри страны с целью отдыха, рекреации, оздоровления, туризма, познавательных или профессиональных целей, но без получения оплачиваемой работы из источника в посещаемом месте" [1, с. 11].

В настоящее время существуют различные формы туризма. Согласно классификации, разработанной Всемирной туристской организацией (ВТО), туризм делится на следующие категории:

- Встречи с друзьями и родственниками;
- Религиозный (паломничество);
- Для профессиональных и коммерческих целей;
- Досуговый туризм: познавательный туризм, образовательный туризм, спортивный туризм, приключенческий туризм, экзотический туризм, экотуризм;
- Социальные цели [2, с. 16].

Каждый из этих видов туризма оказывает фундаментальное влияние на взгляды людей на жизнь.

Психологический туризм может стать еще более популярным и востребованным в последние годы, поскольку многие люди столкнулись с запретом на выезд за границу из-за глобальной борьбы с глобальным распространением коронавируса во время недавней пандемии, что могло привести к росту депрессий и психологических нестабильностей. Одним из выходов из этой ситуации может стать развитие психологического туризма в Российской Федерации.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель данного исследования - изучить теоретические аспекты психологического туризма и оценить применение полученных результатов для развития этого направления в Российской Федерации. Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи: изучить определения психологического туризма, проанализировать теорию психологического туризма и оценить необходимость и возможности внедрения данного вида туризма в России.

III. ТЕОРИЯ

Психологический туризм (или PSY) как вид туризма характеризуется рекреационной деятельностью, направленной на восстановление физических и психических сил. Психологическое руководство, лежащее в основе этого вида туризма, может осуществляться только людьми с психологической подготовкой [3, с. 383].

Психологический туризм — это путешествие на несколько дней (более двух) по заранее составленной программе, где физические места, с которыми сталкивается турист (например, "озеро, пещера или горы"), переносят его во внутренний мир, чтобы понять себя. Предварительный анализ ландшафта должен проводиться при поддержке и помощи психологов, психотерапевтов или социальных работников. Обычно тренинги включают в себя практики на природе, использование образных техник, медитаций и т.д.

Согласно Н. А. Офицеровой, психологический туризм направлен, в первую очередь, на достижение человеком внутренней гармонии. Обычно это достигается с помощью психологической помощи, которая обеспечивает полную ориентацию клиента в его личности, текущих психических процессах и восприятии окружающей среды. Так, психологический туризм направлен на развитие самосознания, саморефлексии, связи с окружающим миром и внутреннего ощущения цельности [4, с. 232].

Буряк Л.Г. выделила следующие аспекты психологического туризма:

1. Обучать и совершенствовать быть ответственным за свои чувства и действия;
2. Формировать наполненность жизни путем удовлетворения потребностей;
3. Разрешить психологические проблемы через понимание самого себя и своего окружения;
4. Повысить осведомленности о внутренних личностных ресурсах человека;
5. Гарантировать полную социальную открытость туриста и улучшить способность к реализации социальных контактов.

PSY-туризм может быть реализован в разных формах, тем не менее все его реализуемые задачи направлены на общее развитие личности и продвижение социальных и интеллектуальных качеств:

1. Экотуризм дает возможность насладиться природой и одновременно приобрести ряд психологических навыков;
2. Поездка с профессиональным психотерапевтом или психологом, который организует обучающие курсы;
3. Поездка в крупный город, включающая в себя различные экскурсии и обучение;
4. Путешествия по «местам силы», где люди могут принять участие в полезных практиках.

М.Р. Арпентьева представила эффективные методы проведения психологического туризма, которые могут способствовать оздоровлению и развитию личности клиента, основываясь на принципах «метротерапии», сформулированных М. Чавесом, главной задачей которых является интегрировать человека в общество и дать ему возможность осознать, что его опыт, мысли и внутренние проблемы достойны поддержки и понимания. Идея заключается в том, что люди пишут на листах бумаги записки, вдохновляющие и мотивирующие фразы

о том, как почувствовать себя спокойно и счастливо. По словам ученого, этот метод позволяет людям реализовать свой коммуникативный потенциал, выражая свое восприятие и опыт, свой жизненный мир и диапазон переживаний. Такой способ интеграции человека в общество дает ему ощущение, что он не одинок, что его понимают и разделяют мнение.

По-другому этот метод подразумевает так называемый «обмен», когда во время путешествия путешественник должен освободиться от своего старого «я». Вследствие отпущения прошедших событий и переживаний, клиент представляет себя вне общепринятых рамок и норм, создаются возможности к установлению гармонии с самим собой и положительным психологическим влияниям [5, с. 94].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

По данным Всероссийского центра по изучению общественного мнения, большинство россиян страдают от упадка сил - 88% испытывают усталость в различные промежутки времени, абсолютное большинство - молодые люди в возрасте 18-34 лет (96-97%). Треть наших граждан (31%) ежедневно страдают от этого состояния (рис. 1). В эту группу риска входят представители старшего поколения (40%), россияне, считающие свое экономическое положение плохим (49%), и сельские жители (41%). Женщины чаще жалуются на ежедневную усталость, чем мужчины (27% по сравнению с 34% мужчин), что может быть связано с разной ролевой моделью в сочетании работы, дома и воспитания детей. 27% женщин жалуются на ежедневную усталость по сравнению с 34% мужчин, что может быть связано с разной ролевой моделью в сочетании работы, дома и воспитания детей. 27% мужчин жалуются на ежедневную усталость по сравнению с 34% женщин [6].



Рис. 1. Результаты опроса 2022 г. об уровне усталости россиян, в % к числу респондентов

В настоящее время психологический туризм — это техника, специально разработанная для улучшения и поддержки психического здоровья в современных ситуациях. Хорошо известно, что нервная система и организм человека часто перегружены не только физической и умственной работой, но и эмоциями, которые мы испытываем во время повседневной деятельности. Уныние, беспокойство, гнев и многие другие негативные эмоции, влияющие на жизненную силу человека, приводят к потере равновесия, силы, душевного равновесия и даже депрессии.

Чтобы выйти из такой ситуации, необходимо переориентироваться, сменить обстановку, полностью расслабиться, испытать новые чувства и направить свою жизнь по новому пути. Цель психологического туризма - совместить отдых с приобретением новых и полезных психологических знаний и навыков. Во время этого отдыха люди смогут расслабиться и научиться эффективному общению, управлению временем и быстрому расслаблению.

Среди множества форм психологического туризма наиболее важными можно выделить следующие [7]:

1. Поездка в горы с гидом и психологом;
2. Поездки в различные места отдыха, где отдых идет рука об руку с обучением;

3. Экотуризм — это возможность погрузиться в мир природы. Во время этих программ туристы размещаются в палатках и в исключительно чистой природной среде;

4. Цивилизованный туризм. В современных городах это организовано в рамках специальных программ с особым обучением. Во время таких поездок группу туристов сопровождает квалифицированный специалист, который проводит специальную программу обучения и медитации, помогающую достичь состояния полной гармонии и расслабления и устранить негативные последствия частых стрессов.

Комплексный психологический туризм включает в себя отдых, обучение, психологическую разгрузку, раскрытие и развитие внутренних потенциалов. За относительно короткое время человек может хорошо отдохнуть и научиться медитации, практикам борьбы со стрессом и многому другому. Меняется восприятие жизни, пополняются энергетические запасы организма, корректируются негативные поведенческие стратегии.

Просторы Российской Федерации позволяют реализовать программы психологического туризма: Величественные молодые Кавказские горы; протяженные Алтайские; живописные Крымские; древние, считающиеся «местом силы», Уральские горы; сердце Азии - Саяны и невероятное плато Путорана – как варианты поездок в горы с психологом и грамотным гидом. Психологические туры можно организовывать и в менее труднодоступных, но не менее спокойных и приятных местах в России – это Розовое озеро Сасык-Сиваш в Крыму, озеро Эльтон в Волгоградской области, территория Соловецкого монастыря в Архангельской области, мраморный каньон Рускеала в Карелии и т.д.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Психологический туризм может стать достаточно востребованным направлением развития в Российской Федерации, а, коррелируя с результатами опроса россиян об уровне их усталости [6], можно предположить, что данное направление имеет конкретные предпосылки для успешной реализации на территории нашей страны.

Что касается возможностей развития в России психологического туризма, то можно сказать, что, хотя этот вид туризма является достаточно новым и еще не до конца опробованным направлением туризма, особенно в России, потребность в нем растет все больше и больше, особенно в наше время, когда образ жизни постоянно связан с множеством стрессовых ситуаций, как в личной, так и в рабочей сфере.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, можно сделать вывод, что психологический туризм может быть востребованным и актуальным в наше время, поскольку позволяет людям не только полностью расслабиться, но и восстановить душевные силы, забыть о заботах повседневной жизни и избавиться от стресса, усталости и негативных эмоций.

Поэтому основные цели психологического туризма полностью соответствуют духу времени и формирующемуся социальному запросу в обществе. Поэтому можно предположить, что потенциал развития значителен, и изучение этого направления в рамках реализации психологических туристических программ по России становится все более необходимым.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Трофимов Е. Н., Мошняга Е. В., Сеселкин А. И. [и др.]. Основы туризма / под ред. Е.Л. Писаревского. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 384 с.

2. Квартальнов В. А. Туризм. М.: Финансы и статистика, 2014. 336 с.

3. Буряк, Л. Г. Психологический туризм: что это такое? // Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма: материалы третьей Междунар. Интернет-конф., 23 янв.–23 апр. 2009 г. Орел, 2009. С. 382–389.

4. Офицерова, Н. А. Психологический туризм как фактор оздоровления современного человека // Общество. Доверие. Риски: материалы Ежегод. Междунар. форума, 28 окт. 2020 г. Москва, 2020. С. 231–234.

5. Арпентьева М. Р. Тревел-психотерапия, или Психотерапевтический туризм // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2018. Т. 3, № 2. С. 91–98.

6. Усталость и ее причины: аналитический обзор // Всероссийский центр по изучению общественного мнения. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/ustalost-i-ee-prichiny (дата обращения: 31.10.2022).

7. Психологический туризм // Туристическая фирма СВ-Астур. URL: https://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/psikhologicheskiy-turizm.html (дата обращения: 31.10.2022).

УДК 338.48(571.66)

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КАМЧАТСКОМ КРАЕ

Т. Г. Проценко, Н. Л. Рогалева, Л. Е. Веняминова
Камчатского филиал Российского университета кооперации, г. Петропавловск-Камчатский, Россия

T. G. Protsenko, N. L. Rogaleva, L. E. Venyaminova
Kamchatka branch of the Russian University of Cooperation, Petropavlovsk-Kamchatsky, Russia

Аннотация. Целью данной работы является рассмотреть современные тренды и перспективы развития туристской отрасли Камчатского края. Методы исследования: монографический, логические методы познания, индукции и дедукции, статистические. В исследовании рассмотрены современные тренды туризма Камчатского края в период пандемии и антироссийских санкций. Проведен анализ динамики темпа роста туристов в 2021 году по сравнению с 2020 и 2018 годами. Определены основные перспективы развития туризма в Камчатском крае в новых реалиях экономики России.

Ключевые слова: региональный туризм, туризм Камчатского края, продвижение туризма Камчатского края, темп роста, перспективы развития туризма.

Многочисленное количество изменений, произошедших в рыночном пространстве туристского рынка, сегодня имеют как негативное, так и положительное влияние, так или иначе они повлекут за собой экономические преобразования и трансформации на туристическом рынке Камчатского края. Что и определяет актуальность темы исследования современные тренды и перспективы развития туризма в Камчатском крае

Пандемия - первое воздействие, которое выбила все туристские организации Камчатского края из ощущения нормальности и стабильности. И вот 2022 год - геополитическая мировая ситуация и дестабилизация мирового порядка, текущий рынок туристский услуг становится непредвиденным. Многие предприятия останавливают свою деятельность, пытаясь при этом оценить текущее положение и определить векторы и пути нового развития.

Международные эксперты и аналитики утверждают, что деятельность организаций протекает в условиях «новой нормальности», это объясняется тем, что новая макроэкономическая ситуация останется уже неизменной и нужно её принимать как нормальной и разрабатывать новые стратегические планы учитывая современную реалию [1].

Современные тренды определяют, что сегодня трудно предсказать развитие туристской отрасли, которая в своём развитии никогда не стоит на месте и поддаётся сильному влиянию факторов внешней среды, способных как вывести её на новый уровень, так и обеспечить её падение. Однако необходимо обратить внимание на новые возможности, появление которых обеспечили новые условия реальности — в первую очередь, это создание и продвижение отечественного туристского продукта среди населения России, в том числе и актуализация регионального туризма, который показал свой потенциал в пандемийные годы и «заложил» конкурентноспособную основу для развития внутреннего туризма. Повышение уровня качества имеющегося турпродукта и создание новой, модернизированной, перспективной инфраструктурной базы туризма обеспечат последовательную реализацию политики импортозамещения в этой отрасли [2,3].

Одними из важнейших аспектов регионального туризма являются удовлетворение туристов пребыванием в определённом городе, районе и степень привлекательности региона для увеличения туристских потоков [1].

Сегодня Камчатский край выступает в роли развивающего региона в сфере туризма, которому присущи большое количество преимуществ, выражающихся в уникальности экологического туризма, спортивного, экстремального, событийного, этнического, научного, курортно-оздоровительного, гастрономического и даже сельскохозяйственного. Внимания туристов заслуживают особенности природных богатств региона. Но, Камчатский край сталкивается с проблемой транспортной доступности и высоких цен на авиаперелёты и турпродукты, что как раз и затрудняет его выход на новую ступень развития. Кроме того, зачастую нежелание самих российских граждан познавать территорию своей страны выступает сдерживающим фактором продвижения региона, что актуализирует проблему популяризации регионального турпродукта как для самого Камчатского края, так и для других регионов страны.

В работе рассматриваются современные тренды и определяются перспективы развития туристской отрасли Камчатского края в условиях антироссийских санкций, в частности возможности в сфере импортозамещения, имеющей целью сделать региональный турпродукт наиболее конкурентоспособным и привлекательным

для граждан России. Представляется необходимым определить влияние сегодняшних реалий на развитие регионального туризма и возможные пути его развития в условиях внешних воздействий и происходящей трансформации потребительских установок. Решению данных задач способствовало интервью с представителями регионального турбизнеса.

По словам председателя региональной общественной организации Союзов гидов Камчатки, имеющей многолетний опыт организации приема туристов в Камчатском крае, «роль регионального туризма становится заметна, условия пандемического периода научили многие туристические предприятия работать в непредвиденных условиях и учитывать факторы управления изменениями в современных реалиях. Обстановка, которая сейчас — это, несомненно, положительное влияние на развитие туризма в Камчатском крае. Популяризация туристских возможностей региона не только среди местных жителей, но и граждан всей России является нашей фундаментальной задачей». Вышесказанное подтверждает то, что региональный туризм всегда будет занимать важную нишу на национальном туристском рынке, так как он даёт возможность показать потенциал отечественных туристских направлений, большинство из которых обладают исключительной уникальностью и требуют стать обязательными для посещения как российскими, так и иностранными туристами.

Как было отмечено выше, Камчатский края представляет собой край большого разнообразия природных условий, для которого присущ значительный рекреационный потенциал, позволяющий удовлетворить потребности различных целевых групп в отдыхе, оздоровлении, приобретении новых знаний. В Камчатском крае в 2021 году получили развитие следующие виды туризма: спортивный, экологический, треккинг и событийный. Инфраструктурой Камчатского края требует модернизации для туристско-рекреационной деятельности – это еще одна проблема, препятствующая развитию туризма на Камчатке [2].

В Камчатском крае решаются задачи: создания и развития туристской инфраструктуры, продвижения туристского продукта, популяризации отдельных видов туризма, повышения качества туристских услуг, государственная поддержка социального туризма.

В Камчатском крае с 2013 года действует программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Камчатском крае», которая является основой для формирования положительного имиджа предприятий туризма Камчатского края [4].

Прежде чем определить перспективы развития туристской отрасли Камчатского края, следует оценить, как пандемия COVID-19 отразилась на спросе регионального туризма — возрос ли он, остался на прежнем уровне или же всё-таки сдал несколько позиций.

Изначально пандемия, безусловно, ударила по бизнесу, так как закрытие границ и ограниченность передвижения даже по территории нашей страны стали главными препятствиями для осуществления путешествий. Но после постепенного смягчения карантинных мер туристские компании Камчатского края сразу же приступили к работе с абсолютно новыми идеями и форматами, которые отвечали не только эпидемиологической обстановке, но и новым требованиям «обновлённых» туристов, готовых отправляться путешествовать по нашей стране и региону с новыми силами и ещё большим желанием [3].

Но отметим, что туристический поток снизился в период пандемии на 62 % в 2020 году по сравнению с 2019 годом и вырос на 173,2% по сравнению 2021 годом (рисунок).

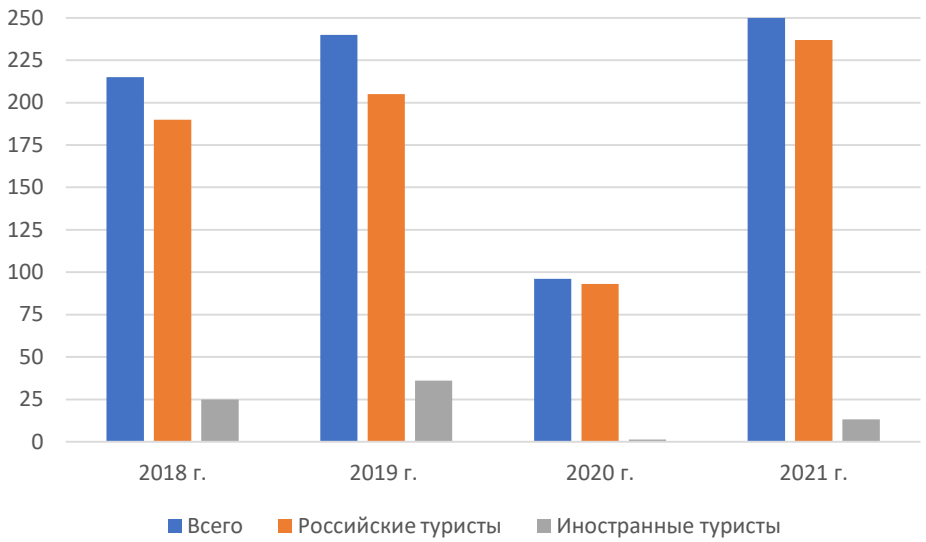


Рис. 1. Динамика туристического потока в Камчатский край 2018-2021 гг., тыс. чел.

Анализируя динамику туристического потока в Камчатский край, отметим, что в пандемийный период, 2020 год по сравнению с 2019 годом, снижение российских туристов, включая жителей Камчатского края составило -54%, иностранных -96%. Тем прироста в 2021 году к 2019 году отечественных туристов больше на 24%, иностранных меньше на – 47%.

Поэтому, можно сказать, что спрос на региональные туры однозначно возрос. Это подтверждает и официальная аналитика. Необходимо отметить, что за 2021 год регион посетило свыше 250 тысяч туристов, что, несомненно, является позитивным показателем, демонстрирующим рост спроса на такое направление, как Камчатский края. Из анализа ситуации следует, что пандемийные годы оказали стимулирующий эффект на спрос регионального туризма и способствовали генерированию новых креативный идей, которые выступили в качестве своеобразных «точек роста» не только для отечественной индустрии туризма, но и для самих туристских предприятий, сумевших расширить ассортимент предложений регионального туризма [4].

Зачастую многие регионы России сталкиваются с одной и той же проблемой — продвижение, которое в сегодняшних реалиях играет фундаментальную роль для стимулирования туризма в различных городах нашей страны. Использование разносторонних, современных и зачастую неординарных способов продвижения городов, несомненно, поможет привлечь туристов на территорию российских регионов. Так, говоря о препятствиях, сдерживающих развитие туризма в Камчатском крае, одной из главных проблем можно назвать позиционирование Камчатского края на отечественном рынке и выделение ее среди других регионов России.

Продвижение Камчатского края стало более масштабным после открытия Туристского информационного центра, который как раз и даёт толчок к популяризации возможностей туризма за её пределами. При этом необходимо сказать и о мощнейшей поддержке со стороны Министерства туризма Камчатского края, благодаря усилиям которого на территориях России проходят постоянно выставки уникальных даров Камчатки. Основная цель продвижения Камчатского края и брендирование территории Камчатки направлена на увеличение потока туристов, улучшения инфраструктуры, развития туристической деятельности и общего роста экономической составляющей нашего региона [3,5].

Работа по продвижению туризма Камчатского края постоянно совершенствуется. В течение года проводилось освещение в СМИ возможностей туристско-рекреационного комплекса Камчатского края. Публикации о туризме в Камчатском крае были размешены в журнале-справочнике по туризму «Kamchatka Explorer», в журнале «Региональная Россия», в изданиях «Вестник АТОР» и «Восток России», в бортовом журнале авиакомпании «Аврора», в журнале «Заповедник времени» [2]. При этом используются как современные способы продвижения такие, как VK и Telegram, в которых на данный момент наблюдается пик активности, так и традиционные каналы продвижения — размещение рекламы на баннерах, участие в выставках, форумах, конференциях, охватывающих большое количество людей из разных городов. Представляется необходимым использовать ещё один из самых долго действующих и проверенных способов продвижения — «сарафанное радио», которое для камчатского края является самых эффективным из всех мероприятий по продвижению не только его собственной компании, но и самой территории Камчатского края. Следует также отметить в проблемах продвижения, а о нежелании самих людей путешествовать по своему региону. Поэтому можно сказать, что препятствием для развития туризма в Камчатского края являются сами люди, которые отдают предпочтение более «раскрученным» и «традиционным» российским и зарубежным направлениям.

Таким образом в завершении отметим основные современные тренды и перспективы развития туризма в Камчатском крае в новых реалиях:

1. Наиболее востребовательными направлениями туризма стали: экологический, познавательный, гастрономический, событийный и треккинг. Активное развитие ведется и необходимо развивать направлений: деловой туризм, лечебно-оздоровительный, историко-культурный и этнографический.

2. В 2021 году прирост туристического потока на Камчатку составил 173 % по сравнению с 2020 годом и на 4% больше по равнению с 2019 годом, что говорит о стимулировании пандемии и антироссийских санкций, что привило к трансформации туристкой сферы деятельности в новых реалиях в положительную сторону, больше российских туристов посетило Камчатку, значительно снизилось иностранных туристов.

3. Поддержка Министерства туризма Камчатского края в таком важном направлении как социальный туризм, 882 экскурсанта отдохнули в рамках социальных туров в 2021 году.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Нюренбергер, Л. Б., Климова Э. Н., Рогалева Н. Л. Приоритеты и инновационные инструменты имиджевых коммуникаций в сфере услуг. М.: КноРус, 2019. 166 с.

2. Годовые отчеты о реализации государственной программы // Официальный сайт Правительства Камчатского края. Министерство туризма Камчатского края. URL: https://kamgov.ru/mintur/godovye-otcety-o-realizacii-gosudarstvennoj-programmy (дата обращения: 01.11.2022).

3. Рогалева, Н. Л. Развитие бренда Камчатского края // Экономика, управление и право: новые траектории развития : сб. науч. статей по итогам национальной науч.-практич. конф., 14 апр. 2022 г. Волгоград, 2022. С. 139–142.

4. Рогалева, Н. Л. Совершенствование туристского бренда Камчатского края // Потребительская кооперация: теория, проблемы и опыт: сб. науч. ст. Междунар. науч.-практич. Интернет-конф., 28 апр. 2022 г. Гомель, 2022. С. 79–82.

5. Рогалева, Н. Л. Анализ организации мероприятий событийного туризма Камчатского края // Экономика и управление в современных условиях : материалы Междунар. науч.-практич. конф., 19–22 окт. 2022 г., Красноярск, 2022. С. 160–163.

УДК 338.48

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СЕТЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

М. А. Пушкарев

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный аграрный университет», г. Санкт-Петербург, г. Пушкин. Россия

Аннотация. Статья посвящена вопросам развития сектора туризма и индустрии гостеприимства как наиболее перспективных и привлекательных отраслей экономики, способных формировать эффективные региональные кластеры и сети. Взаимовыгодное деловое взаимодействие агентов способствует ускорению адаптации к меняющейся внешней среде, поддержанию устойчивости бизнес-процессов и созданию востребованной потребительской ценности. Разработаны авторские рекомендации для развития регионального сетевого взаимодействия предприятий индустрии гостеприимства, выделены выгоды участников сети, рассмотрена роль государственно-частного партнерства.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, сетевой гостиничный бизнес, франчайзинг, государственно-частное партнерство.

Туризм и индустрия гостеприимства практически во всех регионах страны рассматриваются как наиболее привлекательные и перспективные виды экономической деятельности. Для отдельных регионов (Крым, Иркутская область, Санкт-Петербург), обладающих уникальными природно-климатическими и культурно-историческими условиями, эти отрасли являются главным фактором поддержания занятости и коммерческой эффективности. Мировая и отечественная практика демонстрируют взаимный интерес и выгоды, получаемые предприятиями, участвующими в совместных партнерских проектах или в программах сетевого взаимодействия [1-2].

Цель исследования – выявить выгоды и приоритеты развития сетевого гостиничного бизнеса в сложных социально-экономических и политических условиях. Гипотеза исследования: в сложных финансовых условиях и при нарастающем санкционном давлении развитие новых форм сетевого взаимодействия субъектов хозяйствования в индустрии гостеприимства при партнерстве государства выступает основным фактором экономического роста в отрасли и в экономике станы в целом.

Использованы общенаучные методы познания, сравнительный и логический анализ, обзор публикаций, абстрагирование и моделирование.

Впервые определение «предпринимательская сеть» в 1997 году сформулировали Jones C., Hesterly W.S., Borgatti S.P., Ученые назвали сеть избранным, устойчивым и структурированным кругом автономных фирм, вовлеченных в создание товаров и услуг на основе подразумеваемых и бессрочных контрактов, способствующих адаптации к непредвиденным обстоятельствам окружающей среды, а также координации и защите коммерческих сделок [3]. Именно акцент на необходимость приспособления к нестандартным условиям бизнеса через поиск новых форм коммерческих отношений делает эту точку зрения своевременной и востребованной. Поэтому данная идея становится основой представленного исследования.

В целом сетевое взаимодействие характеризуется как долгосрочное взаимовыгодное добровольное объединение гостиничных предприятий, а также фирм сопутствующих отраслей в единую структуру и систему стратегического сотрудничества с целью создания совместных отличительных компетенций. Объективно в периоды экономической нестабильности и кризисов отраслевые предприятия стремятся к взаимовыгодному взаи-

модействию, а специфика современных вызовов и их последствий обусловливают поиск новых направлений этого сотрудничества.

Одним из важных барьеров на пути активной предпринимательской деятельности является ужесточение экологических требований к ведению бизнеса, основанного на эксплуатации ландшафтно-экологических характеристик пространства. Поскольку данная деятельность может выдерживать определенную величину потока посетителей и отдыхающих, то масштабы бизнеса будут зависеть от способности конкретной территории к самовосстановлению. Этой способностью является ассимиляционная емкость территории, включающая задействованные в текущий момент биоресурсы, некоторый неиспользуемый их резерв и возможности их наращивания [4].

Все исследователи отмечают, что компании объединяются с целью использования своих особенностей, ресурсов, специфических преимуществ для совместного осуществления предпринимательской деятельности, ориентированной на сохранение биоресурсов. Предпринимательские сети через специализацию и дополнение друг друга решают общие проблемы и получают возможность достигать более высоких результатов. Общая точка зрения заключается в том, что сетевые формы организации экономической деятельности являются основой развития современного бизнеса и доминируют во многих отраслях [5]. Сеть создания ценности – это союз юридически независимых компаний, вступающих в долгосрочные партнерские отношения и принимающие на себя взаимные обязательства для реализации общих целей и создания продукта, обладающего максимально возможной и экономически обоснованной ценностью для потребителей. Преимущества и выгоды сети - сокращение издержек; общие стандарты обслуживания и уникальность; узнаваемость на рынке гостиничных услуг; укрепление позиций на рынке.

Наибольшее распространение получил франчайзинг, как метод ведения гостиничного бизнеса, благодаря которому предприниматель, владеющий отелем, может заключить соглашение с уже действующей большой цепью. В России крупными экспортерами соглашений о франчайзинге до недавнего времени были крупнейшие мировые турфирмы и отели (Holiday, Marriot, Carlson Wagonlits, Nekkerman), но сегодня ситуация резко изменилась, этот метод не имеет перспектив в краткосрочном и даже среднесрочном периоде. В краткосрочной перспективе остается возможность выхода российских отельеров на азиатские и африканские рынки туристических услуг.

На основании обзора научных публикаций можно заключить, что партнерская сеть создания ценности услуг гостеприимства является особой формой долгосрочного делового партнерства и сотрудничества в интересах удовлетворения растущего потребительского спроса. На долгосрочный характер результативного делового сотрудничества указывает эволюция развития партнерских отношений (рис. 1). Разрозненные локальные агенты объединятся в региональные или территориальные сети и становятся мощным конкурентом на отраслевом рынке. Сокращение накладных расходов позволяет направить инвестиции в расширение ассортимента услуг и повышение качества обслуживания гостей. Это влияет на рост количественных показателей, прежде всего, на увеличение номерного фонда и среднего чека в ресторанах и барах, происходит укрепление рыночной позиции.



Рис. 1. Этапы развития сетевого взаимодействия

Сегодня отельеры и рестораторы активно внедряют цифровые элементы обслуживания и обмена информацией между участниками сети. Анализ практики работы ресторанов и отелей в условиях жестких санитарных ограничений, вызванных COVID-19, позволил нам предложить рекомендации для развития регионального сетевого взаимодействия предприятий индустрии гостеприимства в текущих сложных условиях:

– во-первых, весьма востребованы меры фискальной поддержки малообеспеченных групп населения (многодетных семей, семей, воспитывающих детей-инвалидов, пенсионеров, семей, потерявших кормильца) при помощи предоставления им платежных карт для расчета за экскурсионные услуги «выходного дня» по региональным маршрутам, организуемым фирмами в границах территории сетевого взаимодействия;

– во-вторых, для привлечения туристов необходимо создать цифровую карту региональных туристических объектов и маршрутов, а также пунктов проведения и перечня намечаемых программ массовых поддерживающих мероприятий (например, гастрономический фестиваль «Чайный домик», городской велопробег по историческим местам, экологические тропы);

– в-третьих, можно организовывать поиск поставщиков и объединять заказы всех агентов сети на приобретение материалов общего назначения: увеличение объема заказа позволяет снижать цену закупки;

– в-четвертых, создавать инженерно-технические объекты общего сетевого пользования (например, склады-холодильники, полигоны-накопители отходов, базы отдыха в рекреационных зонах);

– в-пятых, более активно развивать взаимодействия по лизингу персонала для обмена опытом в части решения вопросов разработки комплекса маркетинга, оптимизации схем ценообразования, расширения ассортимента услуг, оперативной технической поддержки.

Нами по материалам отчетности гостиниц по итогам 2019 г. выполнены оценочные расчеты возможного изменения производственных затрат в условиях сетевого взаимодействия. Предположили, что 10 экономических агентов заключают соответствующий договор аренды единого специализированного склада для хранения материалов, оборудования, сырья, полуфабрикатов. Величины уменьшения затрат по отдельным видам расходов изменяются от 3 до 20%. Выявлено, что в среднем для отелей с номерным фондом не менее 300 номеров (500 койко-мест) годовая экономия средств может составить около 700 тыс. руб. (таблица 1).

Таблица 1

Оценка вероятности изменения основных групп производственных затрат у агентов сетевого взаимодействия (условный пример)

Затраты	Затраты в расчете на 1 койко-место в отеле	
	Уменьшение	Увеличение
1. Аренда помещения и уборка	70 руб.	-
2. Оплата труда работников	1200 руб.	-
3. Налоги на фонд оплаты труда	80 руб.	-
4. Оплата коммунальных услуг	80 руб.	-
5. Затраты на ремонт машин	20 руб.	-
6.Транспортные расходы	-	100 руб.
7. Накладные расходы	20 руб.	-
Итого	+ 1470 руб./к-м	- 100 руб./к-м
	экономия – 1370 руб./к-м	

Решающую роль в поддержке предпринимательства играют региональные органы власти. Государственно-частное партнерство приносит выгоды для экономики: интенсивное развитие инфраструктуры, рост качества продукции, повышение качества строительства и эксплуатации, более широкий доступ к рынкам частного капитала, снижение бюджетной нагрузки и высвобождение дополнительных ресурсов [6].

Коммерческому успеху малого бизнеса способствует предоставление государственных гарантий под проекты, или другие, предусмотренные бюджетным законодательством, способы обеспечения обязательств, например, в части страхования перелетов клиентов. Также большую роль играют прямые бюджетные субсидии на поддержку рабочих мест (занятости). Перспективными формами поддержки могут выступать выделение площадок, например, на территории особо охраняемых природных территорий, для организации новых туристических маршрутов и баз отдыха, для совместного проведения массовых событийных мероприятий, для социальной рекламы и продвижения турпродукта. Органы власти могут взять на себя расходы по организации и проведению обучающих семинаров, мастер-классов, круглых столов, конференций, конкурсов.

Таим образом, в развитии сетевого взаимодействия предприятий индустрии гостеприимства заинтересованы местное общество, органы власти, бизнес, потребители услуг.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Оборин М. С., Шерешева М. Ю. Специфика сетевых бизнес-моделей в туристско-рекреационной сфере // Управленец. 2017. № 4 (88). С. 24–30.

2. Ribeiro M., Marques C. Rural tourism and the development of less favoured areas between rhetoric and practice // International Journal of Tourism Research. 2002. Vol. 4. P. 211220.

3. Jones C., Hesterly W.S., Borgatti S.P. A General Theory of Network Governance: Exchange Conditions and Social Mechanisms // Academy of Management Journal. 1997. Vol. 2. P. 911–945.

4. Крупина Н. Н. Ассимиляционная емкость территории как сдерживающий фактор развития бизнеса в сфере туризма и рекреации // Региональная экономика: теория и практика. 2018. Том 16, Вып. 11. С. 2177–2196.

5. Попова Ю. Ф., Ядрихинская О. Г. Сетевая бизнес-модель создания ценности // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2016. № 3. С. 101–107.

6. Магомедова Н. И. Аспекты развития государственно-частного партнерства в туризме Российской Федерации в условиях санкций // УЭПС: управление, экономика, политика, социология. 2018. № 3. С. 42–48.

УДК 379.85

ЭНОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В ПРОЯВЛЕНИИ РАЗНОВИДНОСТИ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА, КУЛЬТУРНЫХ ТРАДИЦИЙ И САМОБЫТНОСТИ ТЕРРИТОРИЙ

О. А. Семина, М. С. Чистяков

Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации», Владимирский филиал, г. Владимир, Россия

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению энотуризма в общей конструкции гастрономического туризма. Приводятся положительные аспекты данной разновидности туристического времяпрепровождения, целевая аудитория, фокусные территории энологического туризма. Ключевым элементом представляется продукт – вино, не просто напиток, содержащий алкоголь, а определенный бренд туристической территории, способствующий закреплению положительных эмоций и впечатлений от посещения туристической дестинации. Авторы рассматривают энотуризм как положительный фактор развития всей туристической индустрии в целом.

Ключевые слова: энотуризм, гастрономический туризм, дегустация, вино, эмоции и впечатления.

I. ВВЕДЕНИЕ

По мнению ряда ученых и практиков сферы туризма как отрасли экономической активности (Р.А. Адамовой, Е.Д. Буценко, Ю.М. Лагусев, Н.Е. Нехаевой, Ю.С. Тереховой, Ю.Г. Трабской, Л.В. Хлоевой и др.) тематическая основа гастрономического туризма представляется в многообразии национальных блюд, гастрономических брендов, в том числе винных карт мира, составной части энотуризма – разновидности гастрономических путешествий.

II. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В процессе обоснования авторского подхода рассмотрения заявленной тематики публикации использовались общенаучные методы познания: анализ, синтез, системность, комплексный подход и диалектика.

III. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЯ

Еда и напитки являются неотъемлемой частью путешествий. По данным Всемирной туристской организации треть расходов туристов связана с потреблением пищи и напитков [3]. С учетом того, что для определенных государств еда является определенным туристическим брендом, открываются определенные перспективные ниши для развития индустрии туризма, а именно определенного его сегмента – энотуризма.

Энотуризм весьма широк в своих проявлениях как определенный фон времяпрепровождения в получении эмоций и впечатлений – дегустация и покупка вин, знакомство с кухней под определенный сорт напитка принимающей страны, экскурсионные поездки на виноградники и винодельни. Ключевым фактором исследователям этнотуризма представляется мотивационная ориентация путешественника на винное разнообразие и закусок посещаемых государств

С позиции категориально-понятийного аппарата трудно верифицировать универсальную семантическую трактовку дефиниции «энотуризм». По версии «Ассамблеи европейских сельских районов» (AREV), сферы деятельности в энотуризме весьма обширны благодаря конвергенции в еду и напитки культурных традиций и обычаев народов мира, гастрономической специфики регионов мира. В работах, посвященных данной тематике, авторы заостряют внимание на переплетение культурных традиций с винным туризмом [1].

Винный туризм как направление представляется квинтэссенцией самобытности и многогранности на стыке гастрономического, промышленного и сельского туризма. При этом наиболее тесная тематическая взаимосвязь прослеживается именно в гастрономическом туризме, поскольку напитки – гастрономическая ниша определенного территориального ареала, т.е. является аутентичным продуктом определенного географического зонирования.

Вино – наиболее известный алкогольный напиток послевкусового наполнения, с определенной историей, особенностями, культурой и традициями потребления.

Энотуризм привлекателен, в первую очередь, для истинных гурманов и ценителей вин, для которых определенная культура потребления алкоголя – философия вкусовой гаммы различных оттенков винного послевкусия. Винные туры интересны для представителей деловых кругов, чей бизнес непосредственно связан с алкогольной продукции (торговые дома, рестораторы, сомелье, ресторанные критики). В данных путешествиях представители указанных кругов обмениваются опытом и впечатлениями, расширяют кругозор и профессиональные коммуникации, совершенствуют навыки и компетенции.

К достоинствам винного туризма можно отнести отсутствие фактора сезонности турпотоков, что исключает негативное влияние природно-климатического характера при посещении определенной территории [4]. Однако алкогольные напитки, как правило, имеют строгую территориально-производственную фиксацию, особенности производства, специфику хранения и транспортировку, что подводит определенную основу для формирования тематических туристических туров, каковыми являются дегустационные (винные) туры.

Уникальность традиций производства вин – неотъемлемая часть гастрономических и культурных традиций и самобытности региона [2]. С точки зрения практической значимости и тематического наполнения она представляет ценность для формирования туристических пулов и действенным инструментарием развития маркетинговых коммуникаций.

Фокусами энологической тематики гастрономического туризма могут быть представлены [4]:

- территории со спецификой привлекательности с позиции энологических особенностей;
- локации, на которых расположены известные производители винных брендов;
- центры ресторанного туризма, верифицированные высоким оценочным суждением известных сомелье и ресторанных критиков;
- известные ресторанные бренды с эксклюзивными винными картами, содержащими, в том числе, вина различных хронологических эпох.

IV. ВЫВОДЫ

Подводя итог тезисному экскурсу в широкую тематику энотуризма отметим, что данная разновидность гастрономического туризма представляет потенциал не только для развития гастронаправления путешествий, но и всей индустрии туризма, эмоций и впечатлений, поскольку является контрастным дополнением любого туристического экскурса, дополняет воспоминания определенными веяниями и колоритами принимающей стороны. Незабываемые образы туристических достопримечательностей дополняются эмоциями от дегустации вина, что, несомненно, на подсознательном уровне связано с приятными ощущениями, которые запоминаются надолго, часто на всю оставшуюся жизнь. Учитывая положительные аспекты культуры разумного потребления спиртного, несомненно, энологический туризм имеет весьма значительные перспективы дальнейшего развития в общей концепции эволюции туристической индустрии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бок В. А., Индриксон С. И. Основные принципы организации энотуризма и развитие его инфраструктуры // Бизнес-технологии в туризме и гостеприимстве: сб. ст. науч. докл. по итогам Всерос. студен. науч. конф. 31 марта 2022 г., Черкизово, 2022. С. 82–90.

2. Сильчева Л. В., Балынин К. А. Гастрономическая идентичность региона. Сущность и практическое значение // Естественые и математические науки в современном мире: материалы XXXII Междунар. науч.-практич. конф., Новосибирск, 2015. С. 86–93.

3. Шабалин А. Д. Винный туризм как перспективное направление развития туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации // Туристский сезон 2021: проблемы и перспективы: материалы науч.-практич. on-line форума, 2 апр. 2021 г., Майкоп, 2021. С. 88–91.

4. Шумилина М. А., Нефедова К. А., Чистяков М. С., Краснов Н. А. Гастрономический туризм в проявлении разновидности тематического туризма привлечения внимания к туристической дестинации в условиях новой коронавирусной реальности // Современное состояние и перспективы развития туризма в России: материалы XVIII Междунар. науч.-практич. конф., 7–8 окт. 2021 г., Омск, 2021. С. 81–86.

УДК 379.85(571.52)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТЫВА

С. Х. Шир-оол

Тувинский государственный университет, Кызыл, Россия

Аннотация: Статья посвящена вопросам развития туризма и рекреационной деятельности в России в целом, и в отдельных ее регионах. Как единая сфера, туризм и рекреация включает в себя все структуры, которые создают условия проведения всех видов отдыха и связанного с ним развлечений, курортного и санитарного лечения, мероприятий для оздоровления и укрепления общей иммунной системы человека, а также соответствующую инфраструктуру, ресурсный потенциал и территориальные особенности. В работе рассмотрено текущее состояние сферы туризма в республик Тыва.

Ключевые слова: туризм, Республика Тыва, туристический поток, этнотуризм.

I. ВВЕДЕНИЕ

Значимость туризма в контексте национального и мирового уровней все еще остается высокой, о чем было сказано в Распоряжении Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. N 2129-р "Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, что довольно сложно переоценить ее возможности в виду ее влияния в решении экономических и социальных проблем, в частности повышения уровня жизни жителей региона, благоприятствуя росту числа экономически активного населения и мультипликативной связке сфер экономической деятельности и смежных отраслях, что способствует дальнейшему развитию районов Республики Тыва.

Современное состояние туризма и рекреационной деятельности рассматривается как слабая, развивающаяся область. Она сдерживается как внутренними, так и внешними факторами, хотя Тыва обладает высоким потенциалом в сфере туризма и рекреации на международном, государственном, межрегиональном и местном уровне и имеет уникальные природные ресурсы. Богатая история региона также не может волновать, поскольку ее культурные и архитектурные памятники все еще могут в полной мере показать складывание исторических эпох. Этнос тувинцев, их традиционный уклад жизни, основа религиозного воспитания и быт староверцев также представляют большой интерес для изучения. Туризм в республике представлен спортивным, охотничьим, рыболовным, познавательным, лечебно-оздоровительным, приключенческим, ознакомительным, деловым, экологическим и этническим видами. Также туризм тут самодеятельным и групповым видами.

II. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

В Туве вопрос туризма начали рассматривать на региональном уровне 2010 г., когда данный год объявили годом Туризма. В последствии Тува смогла в некоторой степени раскрыть свой туристический потенциал, во многом благодаря активной деятельности Министерства культуры и туризма Республики Тува. В первую очередь был разработан план мероприятий, способствующих развитию и популяризации сферы туризма. Так был образован ассоциация туризма Республики Тыва, целью которой являются защита интересов производителей туристических услуг, повышение квалификации работников туристского бизнеса, информационная и консалтинговая поддержка членам Ассоциации. Создано государственное автономное учреждение «Информационный центр туризма Республики Тыва» для создания единого информационного банка данных о туристском потенциале республики и продвижения Тывы на международный рынок туристических услуг. Так в общей сложности регион посетили 33 тыс. туристов.

После успешного опыта прошлых лет в 2017 г. Было принято Постановление Об утверждении Стратегии развития туризма в Республике Тыва на период до 2035 года от 28 декабря 2017 года N 596 и обновленный в 2020 г.. Согласно нему были сформулирован потенциал республики в данной отрасли, препятствующие развитию туризма проблемы и мероприятия, направленные на приоритетные задачи по повышению качества и привлекательности отрасли.

В настоящее время сферу туризма в республике можно охарактеризовать как активно развивающуюся отрасль. Преимущественно это обусловлено целенаправленной работе государственных местных органов в лице Министерства культуры и туризма и подведомственной ему ГАУ «Информационного центра туризма Республики Тыва». Однако повысился интерес к этой отрасли со стороны частных инвесторов, о чем свидетельствует рост числа малого и среднего бизнеса в туризме. В 2016 году по предварительным данным мониторинга ГАУ «Информационный центр туризма Республики Тыва» функционируют 68 туристических предприятий, из них 16 гостиниц, 9 организаций гостиничного типа, 5 санаторно-курортных организаций, 21 база отдыха и 17 микроорганизаций.

По неуточненным данным на 21 января 2022 г. От ГАУ «Информационного центра туризма Республики Тыва» в республике работает 95 туристических предприятий, из них 23 гостиниц, 1 санаторно-курортных организация, 18 туристических фирм-операторов и 58 баз туристических баз (см. приложение) , а также функционируют 3 государственных учреждения (ГАУ "Информационный центр туризма Республики Тыва", ФГУ "Государственный биосферный заповедник "Убсу-Нурская котловина", МАУ "Центр развития туризма Сут-Хольского кожууна"), 12 турфирм и 5 туроператоров..

На сегодняшний день хоть сфера туризма и рекреации в республике и набирает обороты, но все еще не соответствует ожидаемым показателям. Так в 2018 году туристический поток увеличился на 30 % (95,7 тыс. чел.) по сравнению с предыдущим годом, что является результатом систематизации проводимых мероприятий в этой сфере. За последние 5 лет мы можем увидеть по графику туристического потока положительную тенденцию.

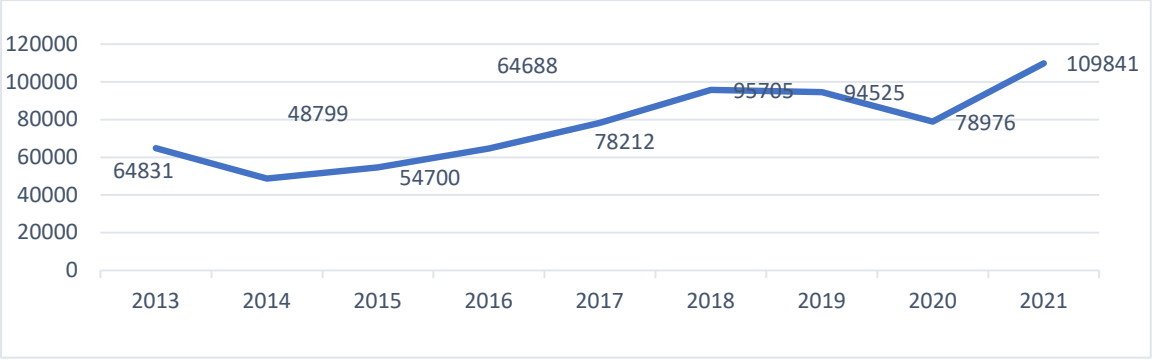


Рис. 1. Туристический поток по годам в Республике Тыва, чел. [1]

Число предоставляемых ими платных услуг тоже возросло в 2018 году на 53 % по сравнению с аналогичным периодом в 2013 году. Объем платных услуг составил 136,1 млн. рублей. Таким образом, с 2013 по 2018 года отмечается рост объема предоставленных платных услуг в туристско-рекреационной сфере.

Увеличение показателя произошло за счет образования новых коллективных средств размещения, турфирм и индивидуальных предпринимателей.

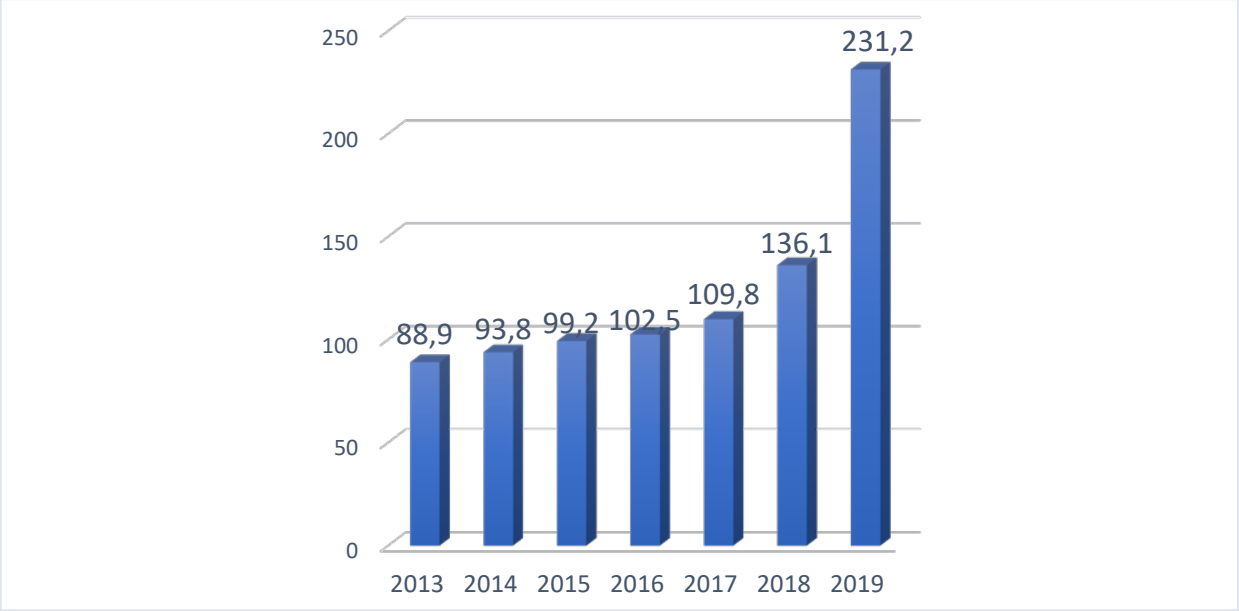


Рис. 2. Объем услуг в туристко-рекреационной сфере, млн. руб. [1]

Поскольку в сфере идет динамика увеличения логично, что и налоговые поступления также увеличиваются. Если сравнивать 2018 год с 2017, то объем налоговых поступлений вырос на 21,8 %. В бюджет поступило 41,1 млн.рублей в виде налогов и платежей [24]. В основном это связано с платными услугами.

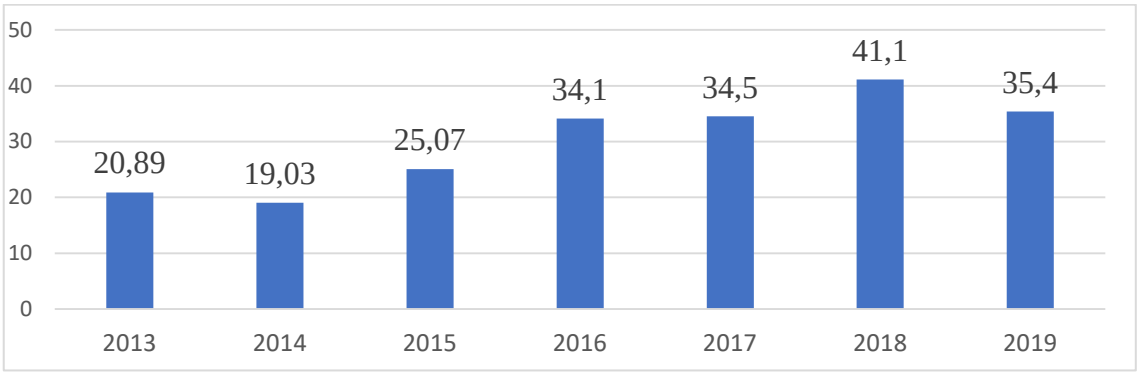


Рис. 3. Объем налоговых поступлений от туристко-рекреационной деятельности, млн. руб. [1]

При обсуждении стратегии развития региона также неоднократно принимали во внимание и сферу туризма. Так министр экономического развития и промышленности Менги Кара-оол ознакомил присутствующих с показателями туристской сферы за 2021 года «Туристский поток за указанный период составил 109,8 тыс. человек, что в два раза больше, чем за аналогичный период прошлого года. Объем налоговых поступлений от предприятий в сфере туризма составил 24,9 млн рублей, что вдвое больше чем за 2020 года. Объем платных услуг от туристско-рекреационной деятельности этого года составил 128,4 млн рублей, что больше на 35,3% от объема прошлогоднего периода. Деятельность в туристской отрасли ведут 61 субъект малого и среднего предпринимательства. Это на 13 % больше к аналогичному периоду 2020 года».

Развитие экологического туризма в республике с ее ландшафтным разнообразием, природно-рекреационным потенциалом и традиционной культурой является одним из перспективных направлений туризма.

Этнотуризм в Республике Тыва рассматривается как отрасль, способная создать мультипликативный эффект в развитии республиканской индустрии гостеприимства и является привлекательной по причине того, что он позволяет совместить отдых с познанием жизни, быта, истории, культуры, традиций, обычаев своего и других народов; способствует развитию мирных, дружественных отношений между отдельными территориями, а также является регионом, привлекательным и перспективным для развития этнотуризма, но имеющим недостаточно развитую туристскую инфраструктуру.

III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Учитывая текущую ситуацию в сфере туризма на фоне ее активного продвижения и создания мер поддержки инвестиционных проектов, принятых в Постановлении от 3 сентября 2020 года N 417 «О внесении изменений в постановление Правительства Республики Тыва» от 28 декабря 2017 г. N 596, мы выяснили, что открытие бюро туризма и отдыха в перспективе сможет привлечь потенциальных инвесторов и занять свое место в данной нише.

Научный руководитель: Монгуш Ольга Николаевна – к.э.н., доцент.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Статистический ежегодник Республики Тыва 2020 // Управление Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва. URL: https://krasstat.gks.ru/folder/45814 (дата обращения: 10.10.2022).

УДК 728.5

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ

А. С. Шушпанова

Новосибирский государственный университет экономики и управления (Новосибирск), Россия

Аннотация: Статья посвящена вопросам поиска и практического применения современных методов оценки качества обслуживания в гостиницах ввиду того, что уход с отечественных рынков зарубежных систем бронирования наложил определённые сложности в сфере гостиничного обслуживания. Непривычные для гостиниц условия внешней среды требуют адаптации и новых методик для ведения бизнеса. В том числе необходимо иметь современные методики для оценки качества обслуживания в гостинице. В ходе статьи будет рассмотрен вопрос о современных методах оценки качества обслуживания, характерных для гостиничной индустрии. Также рассмотрены виды качества услуг и приведены несколько методик для его оценки. Помимо этого определены перспективы развития в данном направлении.

Ключевые слова: методы оценки качества; гостиничная индустрия; DMAIC.

I. ВВЕДЕНИЕ

В связи с последними событиями на международной арене, туристическая и гостиничная индустрии в России претерпевает новые изменения. Уход Booking.com негативно сказался на разных аспектах гостиничного дела: от бронирования до системы оценки качества услуг. Ещё с пандемии коронавируса россияне стали путешествовать ближе к своему месту проживания. Связано это с нестабильной ситуацией в разных сферах жизни человека: политической, экономической и социальной. Таким образом, отечественные гостиницы стали более востребованы и их конкуренция между собой усилилась.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Так, чтобы гостиница была более конкурентоспособной и находилась на лидирующих позициях, ей необходима система оценки качества обслуживания.

III. ТЕОРИЯ

Качество предоставляемых услуг бывает двух видов: техническое и функциональное [1].

Под техническим качеством подразумевается состояние различных предметов, окружающих постояльца в гостинице. В свою очередь функциональное качество – это способность услуги удовлетворять потребности гостей и участие персонала в предоставлении услуги.

На качество обслуживания в гостинице влияет множество факторов. Таковыми могут являться материально-техническая база гостиницы, квалификация персонала, климат в коллективе, маркетинг, особенности сотрудников и самих гостей и др. Маркетинг, несмотря на то, что не участвует в обслуживании клиентов, всё

равно имеет свой вес. Продвижение самой гостиницы или отдельной услуги создаёт у потенциальных потребителей определённые ожидания. Так, при обслуживании гость может быть недоволен услугой (она оказалась ниже его ожиданий), удовлетворён или доволен услугой (она соответствует его ожиданиям или выше его ожиданий).

Существуют разные методики определения качества обслуживания. Одни имеют вычислительный характер, другие имеет форму рекомендаций.

Одним из простых способов является проверка организации работы. Проверяется видение руководство, документы контроля, оценки постояльцев, модель восприятия и оценка качества, контроль и характеристики качества [2].

Видение руководства подразумевает под собой стиль и правила управления объектом. В рассмотрение данного пункта входят следующие важные составляющие:

– самоопределение объекта размещения. Сотрудники четко понимают, какой уровень обслуживания соответствует гостинице;

– дисциплина персонала соответствует концепции средства размещения;

– ориентация на персональный сервис.

Документы контроля – различные нормативные и внутренние документы предприятия. К таковым относятся регламент, права и обязанности сотрудников, должностные инструкции, устав, стандарты и т.п.

Оценка постояльцев строится в основном на трёх составляющих:

– соответствие рекламным заявлениям;

– уровень безопасности;

– уровень эмоциональной отдачи от пребывания.

Могут быть дополнительные пункты, которые могут, как улучшить, так и ухудшить оценку обслуживания.

Модель восприятия и оценка качества – это то, каким образом даётся оценка обслуживанию. В большинстве случаев – это бальная оценка от 1 до 5. Также оценка часто дополнена комментариями. При сумме оценок разных постояльцев получается оценка восприятия гостиницы в целом.

Характеристики качества и карты качественного обслуживания в наибольшей степени способствуют разработке программ по улучшению качества обслуживания. Существует несколько видов характеристик при оценке объектов размещения. Основными являются:

– нормативный уровень (карта соответствия установленным уровням обслуживания);

– экспертно-контролирующие (карта проверки экспертом);

– гостевые карты оценки постояльцев (индивидуальные и общие показатели).

Карты могут формироваться в соответствии с определённой целью. Так, оценочные карты бывают типовыми и индивидуальными. Типовая карта представляет собой оценку показателей гостиничного цикла определённой категории, а индивидуальная служит для оценки составляющих сервиса.

Помимо описанной методики оценки качества обслуживания существуют математические модели. Одной из таких является сложная, но эффективная система 6 sigma. Эту систему контроля и управления качеством разработал Микель Гарри – старший инженер корпорации Motorola [3]. Концепция направлена на улучшение качества продукта или услуги, увеличение удовлетворённости клиентом, минимизацию потерь и сроков проекта.

Для улучшения качества необходимо определить проблемные «зоны». Для этого определяется жизненный цикл проекта через метод DMAIC [4].

1. Define – «определяй». На данном этапе идёт определение имеющихся проблем и методик их решения;
2. Measure – «измеряй». Определяется уровень проблемы: собирается вся информация о проблеме (проблемах) и структурируется по возможности в цифрах (например, количество жалоб). На этом этапе происходят различные вычисления, определяющие концепцию «шесть сигм»;
3. Analyze – «анализируй». Следует определить степень важности проблем и начать решать критические, также нужно понять, что именно следует улучшить, чтобы решить проблему или уменьшить её;
4. Improve – «совершенствуй». Данный этап необходим не для того, чтобы устранять ошибки, а чтобы их не совершать, т.е. создаётся система предотвращения проблем;
5. Control – «проверяй». Данный этап тоже имеет вычисления, направленные на выявление уровня отклонений с учётом введённых изменений.

Самой новой методикой оценки качества обслуживания может стать Национальная система контроля безопасности и качества туристских и гостиничных услуг. 10 декабря 2021г. прошла конференция, на которой был представлен проект от председателя Общественного совета Ростуризма Дмитрия Давыденко [5]. Данный проект подразумевает создание системы контроля, в которой будут оцифрованы все жалобы потребителей

и производителей. Также будет встроена система искусственного интеллекта, которая на основе полученных данных сможет подготовить претензионный пакет и направить его оппоненту туриста, в случае продолжения спора на площадке будут работать юристы-практики, которые смогут помочь обеим сторонам.

Такая система поможет обрабатывать жалобы, быстро реагировать на появившиеся недовольства в обслуживании, видеть назревание проблемы, отделять действительные жалобы от жалоб, написанных из-за злоупотребления правами потребителя.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В ходе проведённого теоретического исследования выявлены различные методы для определения качества гостиничных услуг.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Система методов для понимания уровня качества предоставляемых услуг гостиницам необходима. С её помощью выявляются сильные и слабые стороны, определяется потенциал и зоны роста. Имея такие знания можно вовремя реагировать на необходимые изменения для повышения качества в гостинице.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Так, тема методов оценки качества является актуальной на сегодняшний день. Существуют различные подходы, которые были разработаны в прошлом веке и применимы в настоящее время, а также те, которые создаются в настоящее время и отвечают сегодняшним запросам. Можно комбинировать системы контроля или периодически менять их для того, чтобы посмотреть на качество обслуживания по-другому и выявить новые резервы и решения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Никольская Е. Ю., Зайцева А. А. Современные методы оценки качества на предприятиях индустрии гостеприимства // CETERIS PARIBUS. 2015. № 4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-metody-otsenki-kachestva-na-predpriyatiyah-industrii-gostepriimstva (дата обращения: 20.05.2022).

2. Оценка качества обслуживания в гостинице, отеле. URL: https://undersun-hotels.ru/otsenka-kachestva-obsluzhivaniya-v-gostinitse-otele/ (дата обращения: 20.05.2022).

3. Неробеева В. А. Концепция «Шесть сигм» в гостиничной индустрии // Молодой учёный. 2019. № 14 (252). С. 112–114. URL: https://moluch.ru/archive/252/57720/ (дата обращения: 25.05.2022).

4. Шесть сигм в управлении: как работать с изменениями - статьи на Skillbox // Skillbox Media. URL: https://skillbox.ru/media/management/shest_sigm/ (дата обращения: 25.05.2022).

5. В России предлагают оцифровать жалобы туристов на туристические услуги // HOTEL report. URL: https://hotel.report/promotion/v-rossii-predlagayut-ocifrovat-zhaloby-turistov-na-turisticheskie-uslugi (дата обращения: 25.05.2022).

СЕКЦИЯ 4. МОЛОДЕЖНАЯ НАУКА

УДК 005.95

МАТРИЦА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯМИ ОРГАНИЗАЦИИ

Е. С. Андреенкова
Калужский филиал Финуниверситета, г. Калуга, Россия

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы необходимости слаженных взаимоотношений между работниками, отделами и подразделениями для наибольшей эффективности распределения труда и производственной деятельности. В работе показана полезность такой формы управления как матрица взаимоотношений на примере нескольких подразделений организации. Применены следующие методы исследования: анализ, моделирование, наблюдение.

Ключевые слова: матрица взаимоотношений, обязанности, система управления, персонал.

Большинство малых предприятий и организаций, которые только входят на рынок, из-за недостаточного опыта часто сталкиваются с проблемой распределения обязанностей среди своих сотрудников и взаимоотношениями между подразделениями внутри организации. Однако крупные компании, с сложной системой управления и большим числом подразделений, не защищены от подобных проблем. Очень часто некоторые сотрудники выполняют не только свой объем работы, но и тех специалистов, которые «занимаются непонятно чем». Из-за такого отношения самих работников организации страдает производство, качество и скорость работы, возможно падение прибыли.

Матричную систему управления, основанную на принципе двойного подчинения персонала, используют подавляющее количество организаций. Так как данная схема помогает наладить взаимосвязь между подразделениями, определить четкую цель и задачи, организовать сплоченную работу сотрудников компании. Происходит слияние отделов в единое целое, налаживание взаимоотношений. «Используя эту структуру, можно сбалансировать влияние родительской организации на проект с влиянием руководителя проекта посредством разделения ответственности за качество продукта проекта и за выполнение сроков и стоимость продукта.» [6, 82]

Эффективная реализация поставленных целей, с помощью улучшения взаимоотношений между подразделениями организации – вот главная цель составления матричной системы управления (Рис. 1). Данную форму можно представить в виде матрицы или простой решетки. В своем научном исследовании Егоршин А. П. составил матрицу взаимоотношений между подразделениями так, что в столбцах был указан аппарат управления в организации, а в строках были прописаны конкретные функции, необходимые для производства. [4, 124]

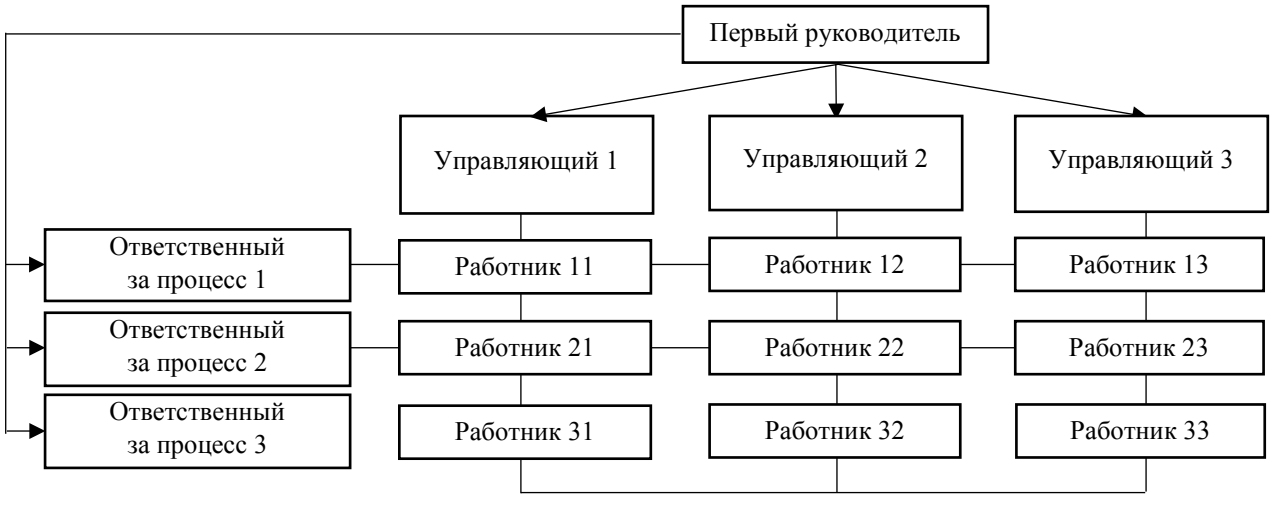


Рис. 1. Матричная система

Ни одна организационная система не может включать в себя только достоинства или недостатки (Таблица 1). Это связано с особенностями самой компании, ее внешними и внутренними факторами.

Таблица 1

Достоинства и недостатки матрицы взаимоотношений между подразделениями

Достоинства	Недостатки
Один и тот же сотрудник задействован в разных функциях организации	Возможное появление конфликта двойного подчинения из-за нарушения принципа единоначалия
Увеличение заинтересованности работников в проектной деятельности и сбалансированность нагрузки	Увеличение коллективной ответственности, что приводит к чувству меньшей ответственности за качество деятельности
Оптимизирована взаимосвязь между подразделениями, что обеспечивает более легкий доступ к компетентностям профессионалов	Необходимость введения специальных критериев и процедур для оперативного принятия решений
У сотрудников появляется уверенность в завтрашнем дне	Навык договариваться становится одним из ведущих умений руководителя

Таким образом можно описать систему соподчинения членов организации основываясь на иерархии их работы. Барин В. А. сделал вывод, что работники, неся ответственность и выполняя свои обязательства перед организаций, помогают предприятию в развитии и достижении целей. [1, 212] Чтобы минимизировать негативные результаты, распределение ролей происходит по принципу один желаемый результат – один ответственный. Не допускается, чтобы за результат не неслась персональная отчетность. В качестве наблюдателей выбираются профессионалы по данному кругу задач, которые следят за работоспособностью данной системы. Иначе говоря, «Способность проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования» [3, 233]

В системе взаимоотношений между подразделениями организации используются следующие функции и роли сотрудников:

1. Д – принимает постановлений, документов и отчетов
2. Р – проверка качественности выполненных работ
3. Ф – функциональный руководитель
4. П – основной персонал
5. Н – обсуждение и разработка нововведений
6. С – согласование документов с определенными функциями
7. Ц – разработка предложений для достижения целей и задач

Рассмотрим применение данной матрицы на деятельности организации на примере бизнес-процесса управление персоналом» (Таблица 2).

Таблица 2

Матрица взаимоотношений между подразделениями организации на примере бизнес-процесса «Управление персоналом»

№ п/п	Ключевые функции управления	Главный штат сотрудников	Юридическое отделение	Отдел финансов и прогнозирования	Заместитель директора по кадровым работам	Директор
1	Формирование политики кадров	Ф	Ц	Ц	РС	Д
2	Моделирование текучести кадров	Ф	С	НИ	РС	Д
3	Составление профессионального коллектива	Ф	ЦС	ЦС	РС	Д
4	Создание и осуществление концепции мотивации персонала	Ф	НЦ	НЦ	СР	Д

Окончание табл. 2

№ п/п	Ключевые функции управления	Главный штат сотрудников	Юридическое отделение	Отдел финансов и прогнозирования	Заместитель директора по кадровым работам	Директор
5	Развитие концепции оценки	Ф	Н	Н	СР	Д
6	Составление плана и руководства по управлению карьерой персонала	Ф	Ц	Ц	СР	Д
7	Усовершенствование концепции повышения квалификации	Ф	Ц	НС	Р	Д
8	Формирование корпоративной культуры	Ф	Н	Н	Н	Д
9	Создание регламентации работы	Ф	НС	НС	СР	Д
10	Внедрение профессионального учета	П	Р	-	Д	-

Данная таблица показывает, что матрица взаимоотношений между подразделениями организации позволяет сотрудникам точно определить и понять свои обязательства перед предприятием.

Матрицу взаимоотношений можно применять не только к системе управления персоналом, но и к отдельной отрасли производства, такой как маркетинг (Таблица 3).

Таблица 3

Матрица взаимоотношений между подразделениями организации на примере маркетинга

№ п/п	Основные функции маркетинга	Директор	Зам. директора по маркетингу	Управляющий отдельными продуктами	Управляющий региональным маркетингом	Управляющий отдельным рынком	Группа исследователей рынка	Рекламное бюро	Подразделение планирования маркетинга
1	Маркетинговые исследования	-	Д	ЦП	С	Н	ЦП	-	Н
2	Разработка новых продуктов	Д	Ц	Ц	С	Н	Н	-	Н
3	Реклама и привлечение новых покупателей	-	С	Д	Д	С	С	ЦП	-
4	Разработка бренда	Д	С	ЦП	С	С	С	-	-
5	Пути сбыта	-	С	Н	Д	Ц	С	-	Н
6	Услуги потребителей	-	Д	Ц	С	ЦП	С	-	-
7	Контроль за маркетинговой деятельностью	Д	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н

Стоит помнить, что Григорян Е. С. в своих научных работах утверждает, что управленцы компании определяют функции работников, особенности производства и его процессов, перемещение ресурсов, разделение полномочий и координирование среди подразделений, а также обладание вероятностью своевременного нахождения проблем и дальнейшего пути их решения. [2,129] Происходит усиление взаимоотношений между уровнями, что приводит к улучшению качества продукции и оперативной работы, а также пропадает необходимость высшего звена (директора и зам. директора) решать текущие вопросы.

Нужно учитывать, что матрица взаимоотношений подразделений в одной организации будет принимать свою форму и вариативность в зависимости от специфической культуры предприятия. Но во всех структурах будет сохранятся главная функция и задача – это упрощение взаимодействий между участниками различных компаний и эффективной организации труда.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: к.э.н., доцент Е. В. Губанова, Калужский филиал Финуниверситета, г. Калуга, Россия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баринов В. А. Организационное проектирование: учеб. М.: ИНФРА-М, 2019. 384 с.
2. Григорян Е. С. Производственная стратегия предприятия: учеб. М.: ИНФРА-М, 2022. 374 с.
3. Егоршин А. П. Основы менеджмента: учеб. М.: ИНФРА-М, 2021. 350 с.
4. Егоршин А. П. Эффективный менеджмент организации: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2021. 388 с.
5. Калинина Д. Р., Губанова Е. В. Концепция управления персоналом HR management concept // Актуальные вопросы экономики и управления: сб. тр. конф., 21-22 окт.2021 г., Смоленск, 2021. С. 134–137.
6. Цителадзе, Д. Д. Управление проектами: учеб. М.: ИНФРА-М, 2022. 361 с.
7. Чагин Д. А., Губанова Е. В. Построение эффективного процесса подбора персонала для обеспечения развития компании // Человек. Социум. Общество. 2022. № 9. С. 107–111.

УДК 332.85:004.58

ЧАТ-БОТЫ В СФЕРЕ ПРОДАЖИ НЕДВИЖИМОСТИ

А. В. Балашова
Омский Государственный Технический Университет

A. V. Balashova
Omsk State Technical University

Аннотация: В настоящее время потребители не готовы ждать долгое время для получение ответов на свои вопросы и ответ должен быть произведен оперативно. Решением данной проблемы выступило применение чат-ботов. В данной работе проведено исследование на предмет актуальности и функциональности чат-бота в бизнесе и сфере сервиса недвижимости. Относительно недвижимости, это оптимальный выход из ситуации, т.к. покупателям не только удобно получить информацию от бота, но и интересно с ним общаться. Создав чат-бота, можно получить не только опыт, но и понять механизмы работы, последовательность действий, получить перечень распространенных вопросов от потенциальных клиентов.

Ключевые слова: чат-бот, бот, недвижимость, бизнес, автоматизация в бизнесе, услуги, сфера недвижимости.

I. ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время люди зачастую сталкиваются с тем, что им нужны быстрые ответы на те или иные вопросы, например, узнать стоимость какой-либо услуги, ответить на важный вопрос потенциальному клиенту и т.д. Всё чаще становится труднее оперативно давать быстрые ответы на вопросы в сфере недвижимости. Эта

стезя была всегда одной не из лёгких, потому что сотрудникам достаточно тяжело быстро отвечать требованиям клиентов 24 часа в сутки и, на все 100%, подбирать варианты жилья быстро и чётко.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель работы: оценить возможности и роль чат-бота в сфере продаж недвижимости.

Задачи:

1. Рассмотреть возможности применения чат-бота в сфере продажи недвижимости.
2. Рассмотреть возможности создания чат-бота, применимого в сфере продажи недвижимости;
3. Изучить алгоритм создания чат-ботов и создать собственного чат-бота в сфере купли-продажи квартир.

III. ТЕОРИЯ

Возможности современных информационных технологий позволяют совершенствовать все без исключения сферы деятельности человека, упрощать сложные процессы производства товаров, сокращать время предоставления услуг [3, стр. 53].

Последние годы характеризуются бурным ростом количества чат-ботов и платформ для их создания. В исследовании, проведенном одним из ведущих разработчиков чат-ботов, прогнозируется, что к 2020 году более 85% взаимодействий бизнес-структур с клиентами будет осуществляться без участия человека. [2, с. 167]

Автоматизация бизнеса – отличное решение для всех видов организаций. В сфере продажи недвижимости недвижимости, это отличный выход из ситуации, т.к. покупателями не только удобно получить информацию от бота, но и интересно с ним общаться.Чат-бот – это программа, созданная на основе искусственного интеллекта (ИИ), имитирующая процесс общения с человеком или людьми.

В настоящий момент боты справляются с рабочей нагрузкой и добиваются больших успехов в имитации человеческого общения. Изучение и обработка естественного языка (ОЕЯ) позволяют чат-ботам улучшать себя, т.к. они «учат» новые слова и фразы в ходе коммуникации с клиентами.

В сфере продажи недвижимости чат-боты могут быть использованы для совершения просмотра и/или покупки жилья, потенциальному покупателю не нужно ехать на интересующий его объект. Всю необходимую информацию в таком случае можно получить дистанционно – не выходя из дома. Благодаря применению специальной формы, находящейся на сайте, клиент сможет подобрать объект, отвечающий всем его требованиям, а продавец - определить ориентировочную цену своей недвижимости.

Аналогом для чат-бота выступает веб-сайт по недвижимости. Однако здесь есть недостаток: клиент может написать ночью (вне рабочего времени) и, не получив ответа, уйти на другой сайт. Тем самым делая данное предприятие менее конкурентоспособным. Чат-бот же способен работать круглосуточно. Именно этот фактор побудил провести эксперимент и создать собственный чат-бот, проверить его функционал, посмотреть его ответы на поставленные задачи пользователей.

Чат-боты актуальны в наши дни, т.к. большинство экспертов и компаний, стоящих в центре развития разработок цифровых технологий, признают чат-бота как одного из основных трендов последних двух лет в сфере ИТ, в связи с колоссальным ростом аудитории мессенджеров.

Чат-бот не приспособлен к самостоятельным ответам на неизвестные ему вопросы, в связи с чем необходимо прописать «ключевые» слова, по которым он даст ответ. Для этого нужно поставить разработчика, т.е. себя, на место клиента, проанализировать вероятные диалоги и прописать все возможные сценарии общения, иными словами ограничить пользователю «свободу» действий. Например, при создании бота-поддержки разработчик анализирует часто задаваемые вопросы и прописывает боту сценарий ответа на них. Таким образом, пользователь может по-разному формулировать вопрос, однако во всех этих вариантах должно присутствовать одно и тоже ключевое слово, по которому он выдаст ответ.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Для достижения цели работы была поставлена задача разработать прототип чат-бота в группе в социальной сети «VKонтакте» для ускорения поиска квартиры для покупателя.

С одной стороны, это может показаться сложным и даже невозможным. Однако существуют специальные программы, подготовленные специально для разработки чат-бота в Telegram и VKонтакте. Выбрана была именно социальная сеть VKонтакте.

Программа BotsKit позволила создать и разработать бота для данной работы. Было принято решение дать ему название «Эстейт-Бот». Для создания достаточно: открыть сайт BotsKit, нажать кнопку «Начать работу»; пройти регистрацию и начать создавать бота.

Функционал BotsKit-а достаточно широкий, но одновременно интуитивно понятный. Создать демо-версию бота вполне можно за 40-60 минут. Чтобы понимать, куда двигаться, нужно тестировать пота по ходу разработки и параллельно, с другого устройства, писать боту, тем самым проверяя команды, внешний вид сообщения и понимая свои ошибки. Для создания полноценного бота нужно потратить немало времени, чтобы учесть практически все возможные нюансы. Важно, что эта программа даёт реальную возможность человеку, не знающему информатики, языков программирования и т.д., для создания своей, так называемой, «программы». На рис. 1 показан пример ответов созданного в ходе работы бота на вопросы, т.е. на нажатие клавиш.

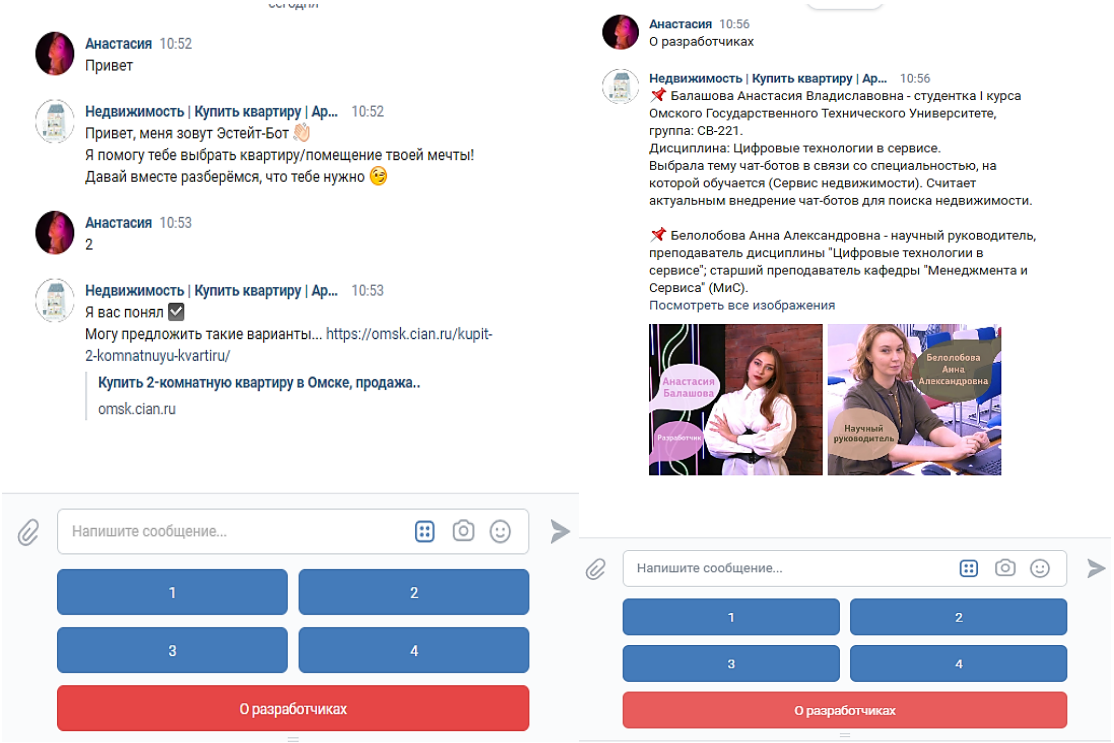


Рис. 1. Ответы Эстейт-Бота на вопросы

В результате эксперимента мы можем увидеть следующие показатели. Они представлены в виде диаграммы:

На вопрос «Понравилась ли вам работа Эстейт-Бота» все респонденты ответили «да». Из этого можно сделать вывод, что Бот работает, может отвечать собеседнику и выдавать информацию.

На вопрос: «Отправил ли Вам Эстейт-Бот нужные ссылки на заданный запрос» мы ответы, соотношение которых можно увидеть на рис. 2.

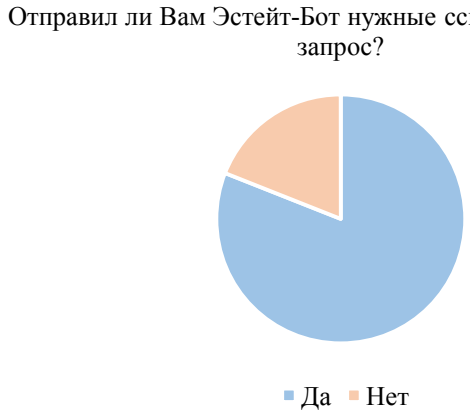


Рис. 2. Результаты вопроса №4

Отрицательные показатели говорят о том, что желания некоторых пользователей Эстет-Бот либо не смог удовлетворить за счёт некорректной постановки задачи, т.е. не было упомянуто ключевое слово, либо же он в целом пока был не способен ответить на сообщение клиента.

Стоит отметить, что это демо-версия бота, следовательно она работает в силу минимально установленных возможностей. Учтя это, можно сказать, что бот, в целом, справляется со своей задачей; скорость ответа на сообщения моментальная.

Также в анкете были вопросы: «Как Вы считаете, полезны ли чат-боты в сфере продажи недвижимости?» (рис. 3) и «Используете чат-ботов для поиска нужной информации?» (рис. 4). Ответы мы получили положительные, что означает важность и актуальность чат-ботов не только в современной жизни каждого человека, но и в сфере недвижимости, т.к. существенно облегчает процесс поиска информации о квартире и т.д.



Рис. 3. Результаты вопроса №6

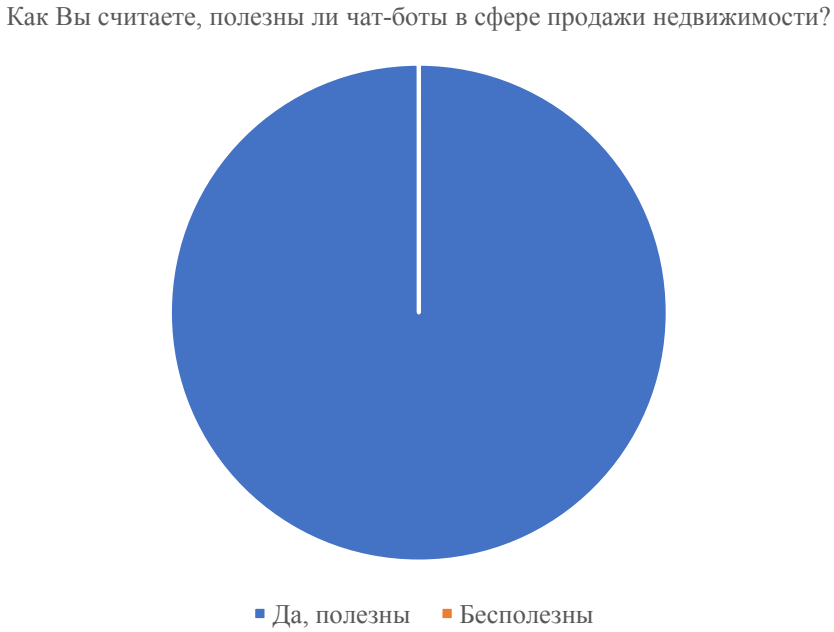


Рис. 4. Результаты вопроса №3

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, мы можем увидеть, что большинство людей используют ботов для своих целей, а также считают их отличной идеей для развития рынка недвижимости. Создав чат-бота, можно получить не только опыт, но и возможность «поиграть» с ним, понять механизмы работы, последовательность действий, предполагаемые вопросы потенциальных клиентов.

Единственный недостаток бота – это то, что он не человек. Он отвечает на вопросы по сценарию, а значит, некоторые запросы могут ввести его в ступор. Для того, чтобы этого избежать, нужно потратить очень много времени, учесть возможные нюансы, и тогда возможно получится уйти от неприятностей.

Учитывая то, что в ходе работы создан лишь прототип бота, не все запросы пройдут через него удачно. Однако, с подбором квартир по количеству комнат он уже справляется, способен ответить на приветствие, рассказать о своих разработчиках и предупредить пользователя, что «запутался» если введенный вопрос ему непонятен.

Использование чат-ботов в сфере продаж недвижимости является перспективным инструментом, но требует немалых средств и усилий для создания действительно работоспособного чат-бота.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель - ст. преподаватель кафедры «Менеджмент и сервис» (МиС) ОмГТУ Белолобова Анна Александровна

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Епрынцева Н. А., Соколова А. В., Руднева А. А. Искусственный интеллект в сфере недвижимости // Информационные технологии в строительных, социальных и экономических системах. 2018. №. 4. С. 47–50.

2. Оськин А. Ф., Оськин Д. А. Инструментарий для построения чат-ботов // Информационный бюллетень ассоциации История и компьютер. 2018. №. 47. С. 167–169.

3. Кемкин Е. П. Использование чат-ботов для автоматизированных систем управления в топливно-энергетическом комплексе // XXV Всероссийский аспирантско-магистерский научный семинар, посвященный Дню энергетика. 2022. С. 52–55.

4. Куценко С. М., Дубовиков И. И. Сравнительный анализ языков программирования // Ученые записки ИСГЗ. 2020. № 2 (17). С. 170–177.

5. Низамов А. А. Чат-боты для организации: возможности и реализация // Интеллектуальный и научный потенциал XXI века. 2021. С. 41–44.

УДК 659.1

РЕКЛАМА В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ю. В. Барабанщикова, К. К. Скареднова

Омский государственный технический университет, Омск, Россия.

J. V. Barabanshchikova, K. K. Skarednova

Omsk state technical university, Omsk, Russia.

Аннотация: В статье представлена специфика рекламы в сервисной деятельности, отмечено, что реклама в современном мире является неотъемлемой частью общества. В работе рассмотрены различные виды рекламы на примере сервисных компаний. В ходе исследования проведен анализ рекламы и двух сервисных компаний, а именно: сервисов по доставке еды. Авторы пришли к выводу о том, что, что рассмотренные сервисы используют большое количество разных видов рекламы, а реклама Яндекс еды более заметна, и чаще запоминается людьми, чем реклама Delivery Club.

Ключевые слова: реклама, образование, средства рекламы, сервис, продвижение, рекламная деятельность.

I. ВВЕДЕНИЕ

Реклама пришла к нам уже в 500-х годах нашей эры, когда люди придумали ходить с табличками, предлагая различные товары и услуги. В настоящее время главным источником распространения информации о товарах и услугах является реклама на различных цифровых носителях и всё так же актуальны баннеры и таблички о действующих услугах. Актуальностью рекламы в сервисной деятельности является рост потребности на данные услуги. Без рекламы трудно представить современный мир.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Актуальность данной темы обусловлена тем, что на рекламу всегда есть спрос и она всегда актуальна. Реклама сервисных услуг, а также данная деятельность вносит свой вклад в развитие экономики, обеспечивает эффективное продвижение новых товаров и сопутствующих в их эксплуатации на рынке. В современном мире, при избытке информации важно оценить то, какая реклама работает лучше.

Цель: рассмотрение рекламной деятельности в сфере услуг, оценка её эффективности. Задачи: рассмотреть виды рекламы; рассмотреть рекламу в сервисных предприятиях; определить наиболее действенный вид рекламы для сервисной деятельности (на примере сервисов по доставке еды).

Методы исследования: анализ, описание, сравнение, аналогия и др.

III. ТЕОРИЯ

Термин "Реклама" часто встречается в нашей повседневной жизни, но как часто мы задаём себе вопрос, что же он означает? Реклама в первую очередь — это форма неличного представления и продвижения идей, товаров, услуг от имени какой-либо компании. Она представляет собой коммуникацию, осуществляемую посредством платных средств распространения информации с четко указанным источником финансирования. Функцией рекламы является предоставление покупателям информации о товарах и услугах через различные информационные средства.

Какой бывает реклама? На практике она подразделяется по типам рекламоносителей, чаще всего по географическому, территориальному и региональному охвату рекламы. Согласно этому подходу, все виды рекламы условно разделяются на следующие основные группы в соответствии с областью распространения рекламы. Рекламу также принято различать по характеру целевой аудитории (потребителей рекламы), то есть получателей рекламных сообщений. Наряду с практико-ориентированными классификациями, существуют и общие классификации рекламы, которые можно назвать универсальными. Многообразие форм рекламы на современном рынке, создает основания для классификации.

Существует значительное число критериев, по которым возможно классифицировать:

- по отраслевым признакам,
- характеру целевой аудитории,
- области распространения (географическому охвату),
- типам рекламоносителей,
- способам воздействия.

Важное место сейчас занимают Интернет-ресурсы. Интернет-реклама только начинает развиваться. Основным препятствием к развитию интернет-рекламы является низкое (по отношению к другим странам) число пользователей сети Интернет. Оно обусловлено, в первую очередь, отсутствием интернета в некоторых районах страны. Однако, большая часть страны имеет доступ в интернет, а значит и сможет видеть рекламу. Поэтому имеется много положительных тенденций, растёт платёжеспособность населения, появляются различные новые потребности людей, а с этим и новые предложения в рекламе.

Для того чтобы всегда быть в тренде, и востребованным в рекламе нужно следить за развитием тенденций:

- Глобализация. Современный рынок рекламы является составной частью глобальной экономики, поэтому на нем с одной стороны происходят те же процессы, что и в мировой экономике в целом, с другой стороны есть и свои специфические явления. Общая тенденция для всей мировой экономики - глобализация, то есть интеграционный социально-экономический процесс, в результате которого мир превращается в единый рынок.
- Интеграция. Деятельность транснациональных и международных компаний на глобальном рынке обусловила процессы интеграции, объединение его экономических субъектов, углубление их взаимодействия, развитие связей между ними.
- Концентрация. Высокий уровень конкуренции на современном рынке обусловил процессы концентрации его субъектов путем слияния и поглощения: рекламодателей в лице производственных и коммерческих предприятий, рекламоисполнителей в лице рекламных агентств, рекламораспространителей в лице средств массовой информации.

Рекламная деятельность в сфере услуг играет большую роль в продвижении компании на рынке. Однако реализовать рекламу правильно не так просто, как может показаться. Ответственность за нарушение прав собственности на рекламу в УК РФ предусмотрено наказание с исками и возмещением убытков, включая упущенную выгоду.

Если говорить про типы рекламы, то в настоящее время в больших городах светодиодные экраны становятся популярными, а также остаются все ещё актуальными: билборд, призматрон, брендмауэр, суперборд, растяжки.

Любая рекламная кампания – это очень ответственная работа, которая требует особого подхода и оптимальных мер по усовершенствованию предоставляемого контента. Реклама должна быть максимально понятной и доступной. Информация должна раскрывать все сведения , что позволит всем посетителям сформировать свое исключительно положительное мнение.

Возможности рекламы безграничны, если ее цели расставлены грамотно и выбрана эффективная политика. Для определенного вида бизнеса или в конкретных случаях, когда необходима наглядная информация о товаре или услуге, офлайн-реклама дает хорошие результаты. Онлайн-реклама представляет собой информирование о товарах в Интернет и, в большинстве случаев. В каждом конкретном случае необходимо определять, какая реклама окажется эффективнее, и делать ставку на нее. Ориентация в видах рекламы при этом является обязательной.

Офлайн-реклама: листовки, вывески, баннеры, телефонные звонки с коммерческими предложениями и прочее, что способствует росту продаж.

Наружная реклама: щиты, вывески, билборд, брендмауэр, суперборд, растяжки, витрины, реклама на автотранспорте и прочие конструкции, которые позволяют разместить информацию о товаре непосредственно на улице перед проходящими, проезжающими мимо людьми. Работает такая реклама на массовую аудиторию, не всегда целевую, поэтому эффективнее всего ее использовать для продуктов массового потребления или спецпредложений по товарам.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Для проверки эффективности рекламных материалов нами был проведен опрос, направленный на оценку людьми различных форматов рекламы.

В ходе опроса мы выяснили, что чаще всего люди замечают билборды или пилоны, а также пользуются спросом набирающий популярность светодиодный экран. Меньше всего людей внимание людей привлекают: суперборд, скроллер и крышные установки (рис. 1).

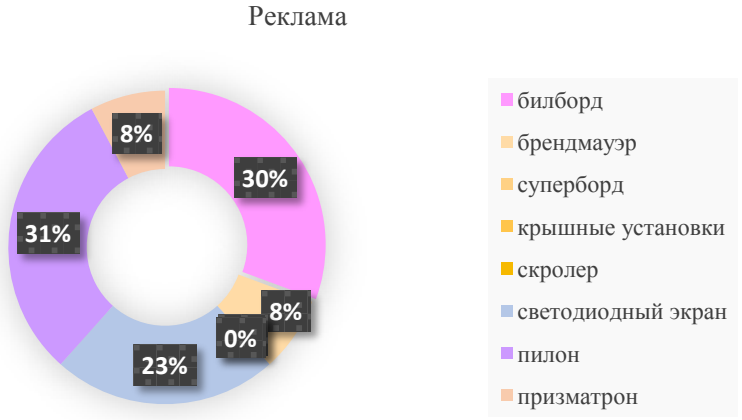


Рис. 1. Виды рекламы

Для оценки рекламных компаний мы решили выбрать сервисные предприятия и в данной работе мы решили рассмотреть сервисы еды, и задались вопросом как часто люди ищут в интернете запрос «доставка еды».

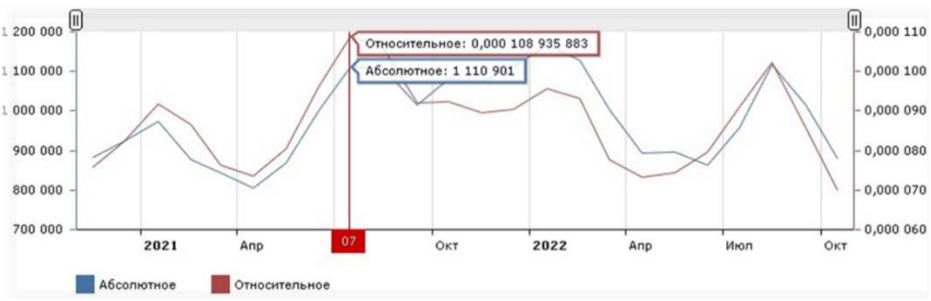


Рис. 2. Статистика поиска доставки еды в поисковой системе Яндекс

Рассмотрев картинку с сайта, Яндекс подборка слов, можно сказать, что за последние 2 года остаётся стабильно высоким спрос на услуги по доставке еды, которые стали актуальными с начала пандемии.

Для более детального рассмотрения рекламы в сфере услуг мы решили разобрать и изучить рекламу в сервисах Яндекс еды и Delivery Club. Для этого мы рассмотрели виды рекламы сервисов по доставке еды Яндекс еды и Delivery Club.

Для этого мы опросили людей. «Какую рекламу они видят чаще в повседневной жизни».

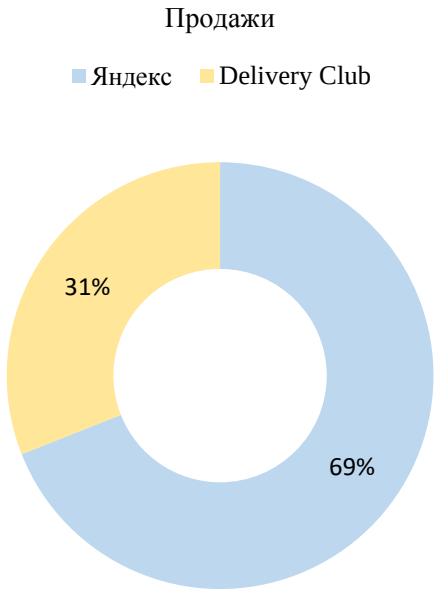


Рис. 3. Популярность различных сервисов по доставке еды

По результатам данного опроса мы выяснили, что заметнее реклама Яндекс еды.
Но какой же вид рекламы более распространен и более заметен у Яндекс елы?

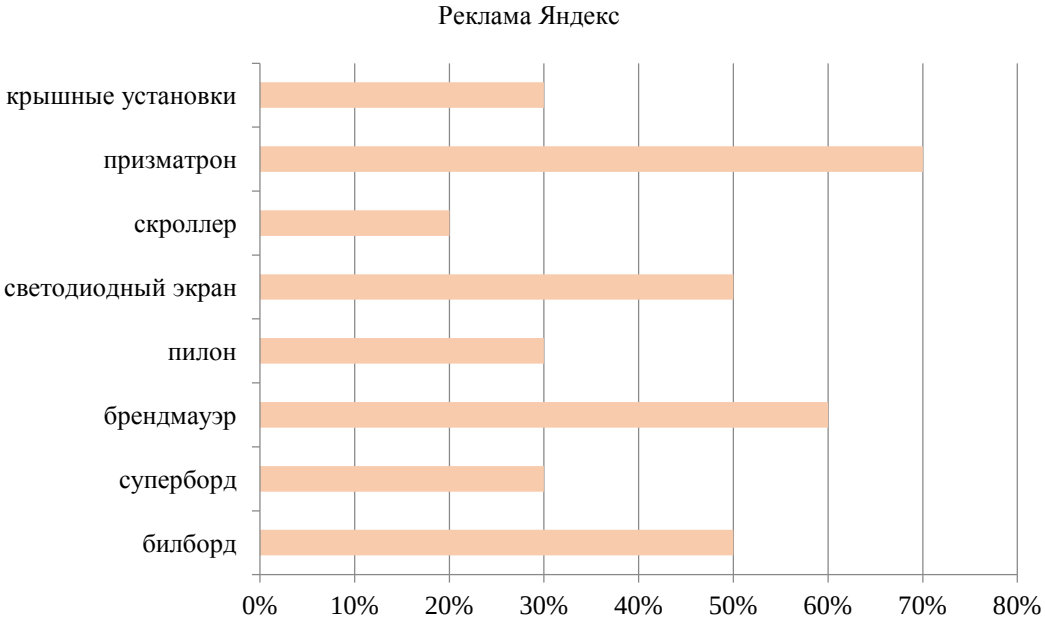


Рис. 4. Анализ эффективности рекламы Яндекса

Рассмотрев данную диаграмму, мы пришли к выводу, что чаще всего люди замечают Призматрон и Брендмауэр.

Далее для сравнения мы взяли рекламу Delivery Club.

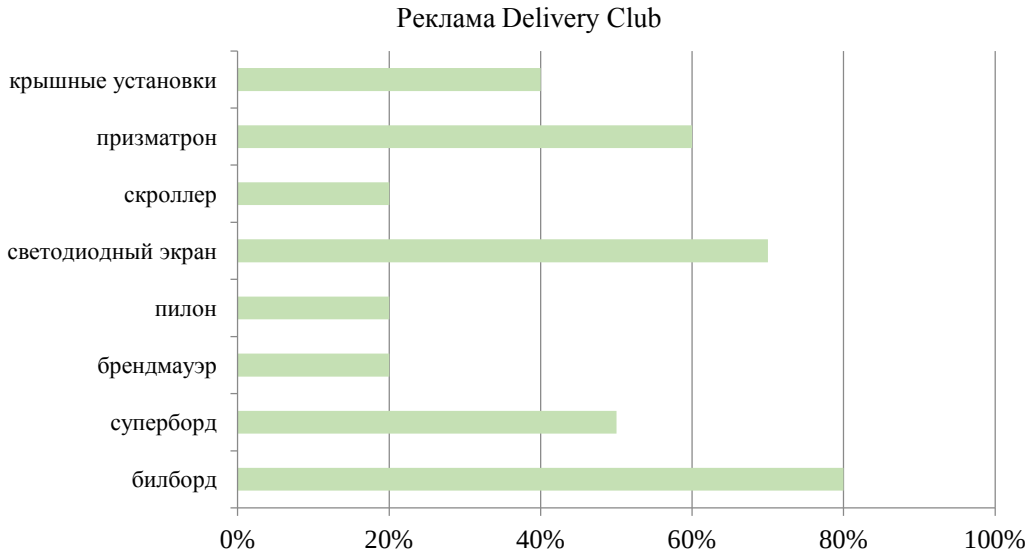


Рис. 5. Анализ эффективности рекламы Delivery Club

На данной диаграмме мы видим, что Билборд и Светодиодный экран чаще замечаются потенциальными клиентами.

V. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подытожив всё выше сказанное, хочется сказать, что реклама в современном мире является неотъемлемой частью общества Подводя итоги нашего исследования, хочется сказать, что наша цель “Рассмотрение рекламной деятельности в сфере услуг” была достигнута. Поставленные нами задачи были выполнены. Мы рассмотрели виды рекламы,рекламу в сервисных предприятиях и определилинаиболее актуальный вид рекламы для сервисной деятельности.

В ходе исследования мы провели анализ рекламы и двух сервисов еды. Мы выяснили, что реклама Яндекса заметна чаще, чем реклама Delivery Club.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель - ст. преподаватель кафедры «Менеджмент и сервис» (МиС) ОмГТУ Белолобова Анна Александровна.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Иванов А. Н. Реклама. Игра на эмоциях. М.: Альпина Паблишер, 2019. 217 с.

2. Рекламная деятельность в сфере услуг // Реклама. URL: https://www.reklama-expo.ru/ru/articles/reklamnaya-deyatelnost-v-sfere/ (дата обращения: 01.11.2022).

3. Тренды наружной рекламы // VC.RU. URL: https://vc.ru/marketing/442198-trendy-naruzhnoy-reklamy-v-2022-godu (дата обращения: 04.11.2022).

4. Статья 38. Ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации // О рекламе: федер. закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ // Кодекс. URL: https://docs.cntd.ru/document/901971356 (дата обращения: 05.11.22).

5. Яндекс подборка слов // Яндекс. URL: https://wordstat.yandex.ru/ (дата обращения: 05.11.22).

УДК 728.51

ФЛОТЕЛЬ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ВИД НЕДВИЖИМОСТИ

Я. В. Бахуринская, А. М. Глушакова, Ю. Е. Григорьева
Омский государственный технический университет, Омск, Россия

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы удовлетворения потребности современного человека в высоком качестве жизни и культуре отдыха. Люди стремятся отдохнуть в комфортных и приятных условиях, получить незабываемые эмоции. Особое внимание уделено такому виду гостиничной недвижимости, как флотель. Это новый, развивающийся способ отдыха, предоставляющий возможность рассмотреть красоты окружающей природы, почувствовать себя ее частью. В статье рассмотрены признаки данного вида недвижимости, проведен социологический опрос, направленный на оценку отношения людей к данному виду недвижимости. Все это позволяет сделать вывод о его перспективном развитии данного сектора недвижимости.

Ключевые слова: гостиничная недвижимость, средства размещения туристов, флотель, организация, туризм.

I. ВВЕДЕНИЕ

Флотель характеризуется тем, что он расположен непосредственно на водной поверхности. В качестве флотелей используют различные плавучие средства, которые переоборудованы специальным образом. Вместо здания — корабль или другое плавательное судно, переоборудованное в гостиницу и рассчитанное на проживание от 100 человек. Флотели могут плавать, но и могут быть зафрахтованы у берегов. Флотели - сравнительно новый вид гостиниц, построенных на воде. Они привлекают путешественников дешевизной и оригинальностью. Кому из нас не хочется наблюдать красивые речные закаты, засыпать под плеск волн просыпаться под крики речных птиц? Благодаря распространённости такого отдыха достаточно многие могут его себе позволить.

Цель: исследование флотеля как необычного вида недвижимости и выявление организационно- управленческих особенностей по данному вопросу.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Задачи:

1. Определить особенности такого вида недвижимости, как флотель.
2. Оценить стоимость проживания во флотеле.
3. Выявить рыночные сегменты на данном рынке туристических услуг.

III. ТЕОРИЯ

Флотель – это большой отель на воде, специально оборудованное судно. Туристам предлагают комфортабельные номера и определенный перечень услуг для активного отдыха: бассейн, водные лыжи, снасти для рыбной ловли, экипировка для подводного плавания и подводной охоты. Такое средство размещения туристов, как флотель обладает самой современной инфраструктурой, поэтому его часто называют водно-рекреационным комплексом. Он имеет собственный закрытый бассейн и ресторан, конференц-залы и сауну. Отдыхающие во флотеле могут арендовать катера и гидроциклы, а зимой - покататься на снегоходах. Оборудованы тренажерные залы, залы для проведения конгрессов и конференций, библиотека, гарантировано информационное обеспечение. Как правило, в качестве развлечений здесь выступают различные виды водного спорта. В последнее время часто используют для организаций бизнес- и конгресс-туров, конгресс-круизов, обучающих туров. Флотель является видом недвижимости, который ориентирован на определённый сегмент туристов: бизнесмены, командировочные, отдыхающие. Для флотелей характерен довольно высокий уровень обслуживания. Также здесь проводятся вечерние банкеты и ряд увеселительных мероприятий. Очень часто флотели сочетаются с таким видом гостиниц на воде, как ботели. Флотель на 5, 7 или 10 номеров — это уже ботель — кораблик, ставший отелем. В данном видео отдыха можно выделить как плюсы, так и минусы. К плюсам можно отнести оригинальность данного отдыха,несмотря на то, что ощущается качка.

Среди минусов можно выделить то, что некоторые флотели, хоть и прошедшие трансформацию корабль-отель, не лишились советской затхлости, провинциальности и безвкусия.

В зависимости от уровня цен отдых подразделяется на экономичный, средний, первоклассный и фешенебельный. Если воздух не ваша стихия, то к вашим услугам флотели – гостиницы на воде, или «плавающие курорты». Судно, специально оборудованное под проживание. Гостям предлагаются уютные номера, танцевальные залы, бассейны. Обширный спектр услуг для активного отдыха – водные лыжи, дайвинг, тренажерные залы. Обычно такие гостиницы используются для специализированных путешествий, круизов, во время них судно останавливается на непродолжительное время в разных прибрежных городах, расположенных на маршруте. Это позволяет с комфортом посетить множество интересных мест. Стоимость таких круизов зависит от длительности и маршрута. Благодаря распространённости такого отдыха достаточно многие могут его себе позволить. Пример флотеля изображен на рисунке 1.



Рис. 1. Флотель

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Был проведен опрос среди студентов Омского государственного технического университета. По результатам этого опроса было выявлено, что большая часть студентов в возрасте от 18 до 25 лет знакома с таким видом недвижимости, как флотель. Обучающиеся знают, что особенностью этого отеля является его передвижение по воде. Отвечая на вопрос «Отправлялись ли вы в путешествие на флотеле?», большая часть респондентов дали отрицательный ответ. Выяснилось, что оптимальной стоимостью для отдыха на флотеле будет сумма от 5 до 12 тысяч рублей.По результатам следующего вопроса стало понятно, что большинство опрашиваемых хотело бы провести отдых на флотеле несмотря на то, что не посещало его раннее. Туристов привлек необычный вид отдыха, возможность сделать красивые фотографии и получение незабываемых эмоции.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Исходя из опроса, можно сделать вывод о том, что людей привлекают необычные виды недвижимости, которые только набирают свою популярность.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Несмотря на то, что флотель является новым видом необычной недвижимости, благодаря своей оригинальности он привлекает туристов, тем самым набирая обороты в своём развитии.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: Тарута Светлана Викторовна, Старший преподаватель ОмГТУ / Институт дизайна, экономики и сервиса / Факультет экономики, сервиса и управления / Кафедра «Менеджмент и Сервис».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шкуропат С. Г. Специализированные средства размещения в системе международной классификации средств размещения туристов (на примере общественных средств транспорта) // XXIII Царскосельские чтения материалы Междунар. науч. конф., 23–24 апр. 2019 г. Санкт-Петербург, 2019. С. 245–249. [с. 246]

2. Бабкина А. В. Концептуальные особенности ботелей мира // Экономика предприятий, регионов, стран: актуальные вопросы и современные аспекты. 2021. С. 115–120. [с. 116]

3. Арбузова Н. Ю, Кузнецова Е. М. Изучение и оценка рынка спроса на гостиничный сервис в Нижнем Новгороде // Межвузовский сборник статей лауреатов конкурсов: сб. ст. Нижний Новгород, 2009. С. 29–31. [с. 29]

4. Шкуропат С. Г., Жуков П. В. Транспортные средства размещения туристов как часть инфраструктуры туристской индустрии: проблемы типологии и функционирования в Ленинградской области // Экономика нового мира. 2019. №. 1 (13). С. 24–36. [с. 31]

УДК 338.436.33

АГРОПРОМЫШЛЕННАЯ ИНТЕГРАЦИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

А. А. Березина

Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Россия

A. A. Berezina

Southwest State University, Kursk, Russia

Аннотация. В статье рассматриваются интеграционные процессы агропромышленного комплекса. В контексте современных стратегий регионального развития, где особое внимание уделяется сельскому хозяйству. Социально-экономическое развитие большинства регионов невозможно без активного обновления современными методами и подходами в сельскохозяйственной отрасли. Проанализированы типы, виды и организационные формы агропромышленной интеграции, подчёркнуты преимущества развития аграрного производства на основе создания интегрированных формирований.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, интеграция, сельское хозяйства, социально-экономическое развитие, интегрированные формирования.

I. ВВЕДЕНИЕ

Сельскохозяйственный сектор в России переживает новый виток развития, связанный с различными формами интеграции. В настоящее время все больше сельскохозяйственных предприятий объединяются в союзы, конгломерации и холдинги, которые действуют в рамках кооперации и интеграции. Наиболее распространенной формой интеграционных взаимодействий между участниками производственной цепочки является агропромышленный кластер. Кластерная организационная форма управления способствует наиболее эффективному распределению ресурсов, снижению производственных издержек.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Рассмотреть теоретическую составляющую проблемы интеграции агропромышленных предприятия; проанализировать типы, виды и организационные формы агропромышленной интеграции, показать последствия реализации агропромышленной интеграции.

III. ТЕОРИЯ

Современные сельскохозяйственные предприятия больше всего нуждаются в интеграционных процессах, которые укрепляют экономические связи не только за счет устранения барьеров для сотрудничества, но и за счет реализации интеграционных преимуществ. Большинство агропромышленных предприятий не отвечают требованиям современных условий, что обусловлено следующими факторами:

– отсутствие современных методов организации сельскохозяйственного производства;

– отсутствие координации между структурами;

– несовершенство информационной базы и эффективной системы информатизации агропромышленного комплекса;

– нехватка квалифицированного персонала;

– отсутствие компетентных управленческих навыков в области интегрированных структур;

– слабое инновационное развитие сельского хозяйства [1].

Специфика функционирования агропромышленного комплекса также определяет условия интеграции участников сельскохозяйственного производства. Это связано с ценами на продукцию сельского хозяйства, которые во многом зависят от природно-климатических условий, необходимости длительного хранения продуктов и их переработки.

Полный цикл функционирования сельскохозяйственного производства включает в себя деятельность различных подразделений, которые различаются по своим функциям: основным и вспомогательным. В то же время в процессе взаимодействия возникают различные интеграционные связи. Как правило, в производственной цепочке агропромышленного комплекса принимают участие многие хозяйствующие субъекты, связанные /с внутренней и внешней средой агропромышленного комплекса [2].

Системная, целенаправленная модернизация сельскохозяйственного производства требует консолидированных усилий государства и общества, что определяет необходимость формирования научно обоснованных подходов и новых технологий управления социально-экономическим развитием сельскохозяйственных территорий, в том числе интегрированных агропромышленных образований мезоэкономического уровня. Одним из эффективных способов достижения устойчивого развития регионального агропромышленного комплекса, реализации инновационного и инвестиционного потенциала является формирование и развитие интегрированных агропромышленных образований. Это положение актуализируется необходимостью обеспечения продовольственной и эколого-экономической безопасности в условиях внешних и внутренних ограничений. Формирование и развитие диверсифицированных интегрированных структур в территориальных социально-экономических системах позволит реализовать производственный и ресурсный потенциал сельского хозяйства, осуществить инновационную модернизацию активов хозяйствующих субъектов агропромышленного комплекса, решить комплекс проблем социально-экономического характера [3].

Таким образом, современный производственный цикл агропромышленного комплекса можно представить, как систему интегрированных отношений его участников. Следовательно, уровень интеграции организационных и коммуникационных процессов определяет эффективность результатов каждого участника агропромышленного комплекса, а также адаптацию к внешним изменениям.

Мотивацией для интеграционных процессов является стремление сельскохозяйственных предприятий снизить риски и повысить конкурентоспособность за счет снижения издержек производства.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В условиях рыночной экономики АПК может успешно развиваться, только если обеспечиваются сбалансированные связи сельского хозяйства, отраслей промышленности, производящих для него средства производства, перерабатывающей сферы и реализации готовой продукции, а для этого необходимо развивать различные формы агропромышленной интеграции (рис. 1).

В российской практике существует множество организационных и интеграционных форм взаимодействия участников сельскохозяйственного производства: ассоциации, союзы, некоммерческие партнерства и альянсы, которые наиболее эффективны на межрегиональном уровне. Многообразие существующих форм интеграции в современных условиях характеризуется принципиально новыми механизмами взаимоотношений, основанными на договорных отношениях, слияниях, совместной собственности. Основным эффектом интеграционных процессов в агропромышленном комплексе является повышение эффективности деятельности за счет ряда факторов, которые приводят к увеличению прибыли каждого из участников интеграционных процессов [4].

Таким образом, интеграция агропромышленных предприятий является естественным процессом адаптации к современной экономике, когда происходит повышение тесноты взаимоотношений и вовлеченности хозяйствующих субъектов в единый хозяйственный оборот. Интеграция сельского хозяйства является важным показателем социально-экономического развития регионов. Интенсивность интеграционных процессов в сельском хозяйстве тесно связана с потенциалом агропромышленного развития территории, который можно оценить по показателям, определяющим качество экономического пространства регионов. Это показатели плотности, дифференциации и взаимосвязанности [5].

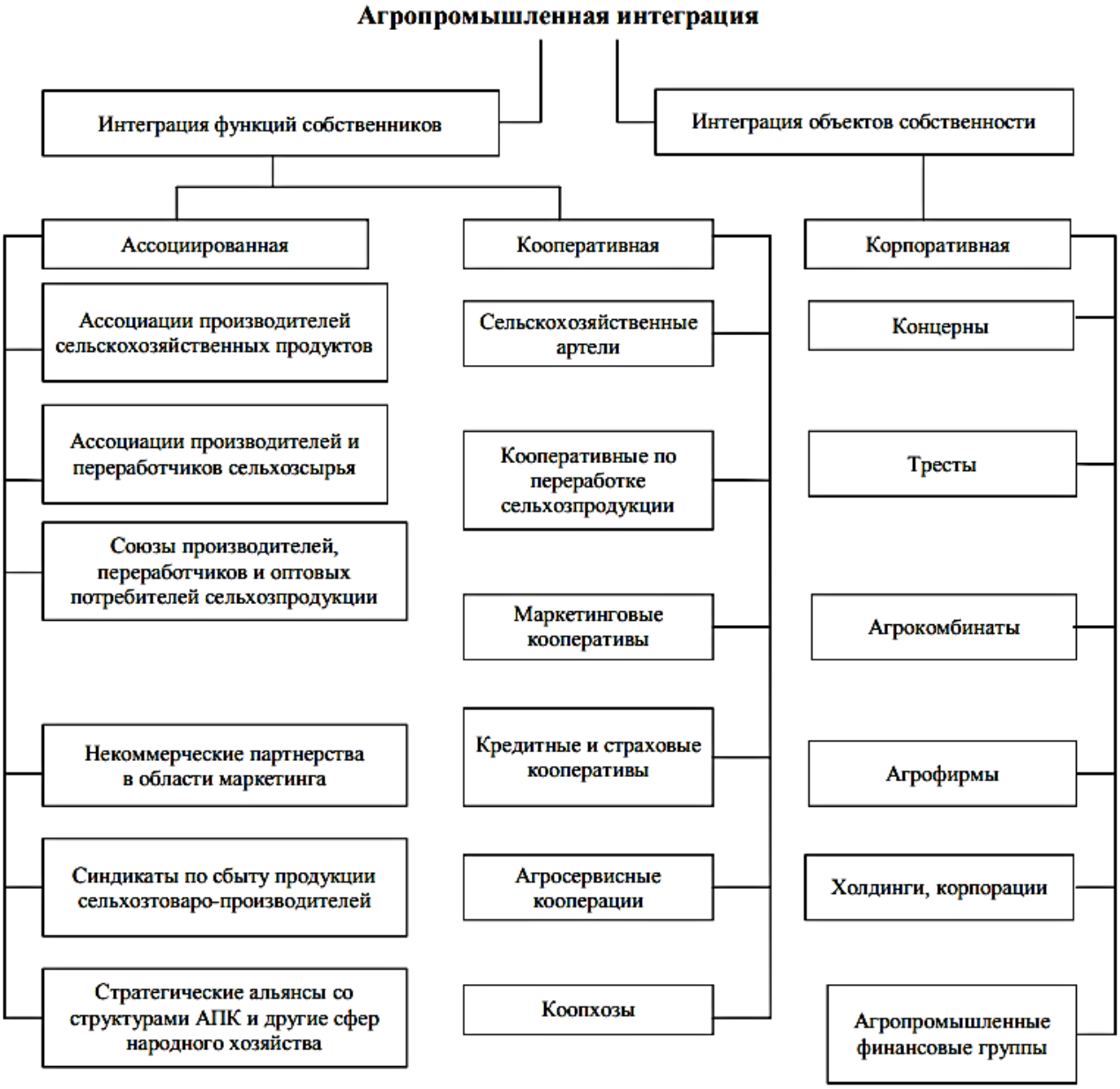


Рис. 1. Типы, виды и организационные формы агропромышленной интеграции

Совокупность форм интеграции, получающих распространение в АПК России, можно отобразить в зависимости от организационно-экономической основы функционирования тремя моделями. К первой из них целесообразно отнести формирования, интеграционный процесс в которых осуществляется на договорной основе юридически самостоятельными предприятиями и физическими лицами в рамках союзов, партнёрств, кооперативов и ассоциаций. Интеграционная модель второго вида выражает производственно-экономическое сотрудничество юридических лиц, что характерно для синдикатов, консорциумов и концернов. Хозяйствующие структуры, в которых процесс интеграции осуществляется на основе централизации активов (капитала) и утраты юридического статуса отдельных участников, представляют третью интеграционную модель, охватывающую агрофирмы, компании, корпорации, холдинги и финансово-промышленные группы [6].

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Интеграционные процессы в аграрных секторах неизбежны при реализации стратегических планов развития национальной экономики, поскольку существуют реальные предпосылки и условия для реализации интеграционных процессов (рис. 2).

Интеграционные процессы являются важным показателем социально-экономического развития национальной экономики, поскольку интенсивность межрегиональных взаимодействий повышает эффективность

функционирования регионов в едином региональном пространстве. Укрепление региональных взаимосвязей в рамках интеграционных процессов способствует выравниванию социально-экономического положения региональных хозяйствующих субъектов путем создания эффективных производственных пропорций, реализации совместных инвестиционных проектов, расширения границ взаимодействия, повышения уровня жизни населения и т.д. [8]



Рис. 2. Последствия агропромышленной интеграции [7]

На национальном и транснациональном уровнях формируются крупные продуктовые компании, способные быстро завоевывать рыночное экономическое пространство и задавать условия мировой торговли. Развитие интеграционных отношений происходит преимущественно на локальном уровне. В первую очередь это обусловлено характером их создания - по инициативе региональных органов государственного управления, компетенция которых ограничена территориальными рамками районов. По мере развития межотраслевых связей возникает необходимость создания условий по выходу на более высокие уровни интеграции (национальный, транснациональный) в целях завоевания устойчивых конкурентных позиций на внешних рынках [9].

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Интеграционные процессы в аграрном секторе являются необходимым условием дальнейшего развития агропромышленных предприятий, поскольку способствуют формированию наиболее оптимальных условий для эффективного функционирования отраслей сельского хозяйства. Более того, практически в каждом регионе есть для этого все условия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Воробьева И. П. Экономика и управление производством: учеб. пособие для вузов / И. П. Воробьева, О. С. Селевич. М.: Юрайт, 2022. 191 с.

2. Кондратьева И. В. Экономика предприятия: учебное пособие для вузов. Спб: Лань, 2021. 232 с.

3. Мамонтова С. В. Диверсификация в деятельности организации: риск или эффективность // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития: сб. науч. ст. 8-й Всерос. науч.-практич. конф. с междунар. участием, 28–29 дек. 2018 г., Курск, 2018. С. 230–233.

4. Мухамедиева Д. Т., Уроков Ш. Р., Мирзарахмедов С. Ш. Схема оптимизации концентрации и специализации производства // Высшая школа: научные исследования: материалы Межвуз. науч. конгресса, 25 июня 2020 г, Москва, 2020. С. 99–104.

5. Назаралиев С. Б. Концентрация производства и специализация районов // Экономика и предпринимательство. 2017. № 9-3 (86). С. 1208–1211.

6. Мамонтова С. В. Уровень и совершенствование специализации в современных условиях хозяйствования // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2012. № 3. С. 24–28.

7. Томакова И. А., Томаков М. В., Коптева Ж. Ю., Шугаева О. В. Экономика и социология труда. Курск: Университетская книга, 2021. 144 с.

8. Mamontova S. V., Bessonova E. A., Kulikov M. V. [et al.] Cooperation and integration process transformation trends // Frontier Information Technology and Systems Research in Cooperative Economics. Heidelberg: Springer International Publishing, 2021. P. 355-364.

9. Мамонтова С. В. Воспроизводство связей и отношений субъектов агропромышленного. Курск: Учитель, 2013. 140 с.

УДК 332.6

НЕДВИЖИМОСТЬ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ: ПОНЯТИЯ, СВОЙСТВА, ОСОБЕННОСТИ

Я. А. Бирюкова
Омский государственный технический университет, Омск, Россия

Ya. A. Biryukova
Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. **В статье раскрыто понятие недвижимости, рассмотрены её свойства и особенности управления, проанализированы проблемы, связанные с реализацией функций управления объектами недвижимости, и дан ряд рекомендаций для более эффективного функционирования рынка недвижимости. Цель работы заключалась в рассмотрении недвижимости как объекта управления. Методы исследования, использованные автором, наблюдение, анализ, классификация. На основании работы был составлен ряд рекомендаций для эффективного управления недвижимостью.**

Ключевые слова: недвижимость, свойства недвижимости, особенности управления.

I. ВВЕДЕНИЕ

Развитие рыночных отношений в России привело к включению в сферу товарно-денежных операций объектов недвижимости. Недвижимость занимает особое место среди элементов рыночной экономики и тем самым современная экономика не может функционировать без рынка недвижимости. Недвижимость используется для предпринимательской деятельности или для удовлетворения личных или социальных потребностей. Управление объектами достаточно актуальная тема в научном и бизнес обществе. Актуальность обусловлена тем, что со временем спрос на недвижимость значительно возрастает, повышается рост на её использование в государственном обороте и привлечение инвестиций из бюджета и фондов.Исходя из этого, управление недвижимостью имеет ряд своих особенностей.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью работы является провести исследование по теме «Недвижимость как объект управления».

Основными задачами являются:

1. собрать необходимую информацию по управлению недвижимостью;
2. составить классификацию свойств недвижимости, как объекта управления
3. выявить текущие проблемы в области управления недвижимостью;
4. разработать рекомендации, которые необходимы для осуществления эффективных управленческих решений.

Существует множество определений термина «недвижимости». В широком смысле «недвижимое имущество – это любая собственность, состоящая из земли, зданий и сооружений на ней». Недвижимость в узком смысле понимается как материальный объект, созданный природой (земельный участок) или руками человека (здания, строения, сооружения), то есть учитывают физическую сущность объекта недвижимости. Полное и наиболее точное определение представлено в Гражданском Кодексе РФ (ст.130) – к недвижимым вещам относятся земельные участки, участки недр и всё, что прочно связано с землей, то есть объекты, перемещение которых без несоразмерного ущерба их назначению невозможно, в том числе здания, сооружения, объекты незавершенного строительства. Также к недвижимым вещам относятся подлежащие государственной регистрации воздушные и морские суда, суда внутреннего плавания и иное имущество.

Недвижимость, как объект управления обладает рядом свойств. Специфические свойства объектов недвижимости и характеристики этих свойств представлены на рис. 1:

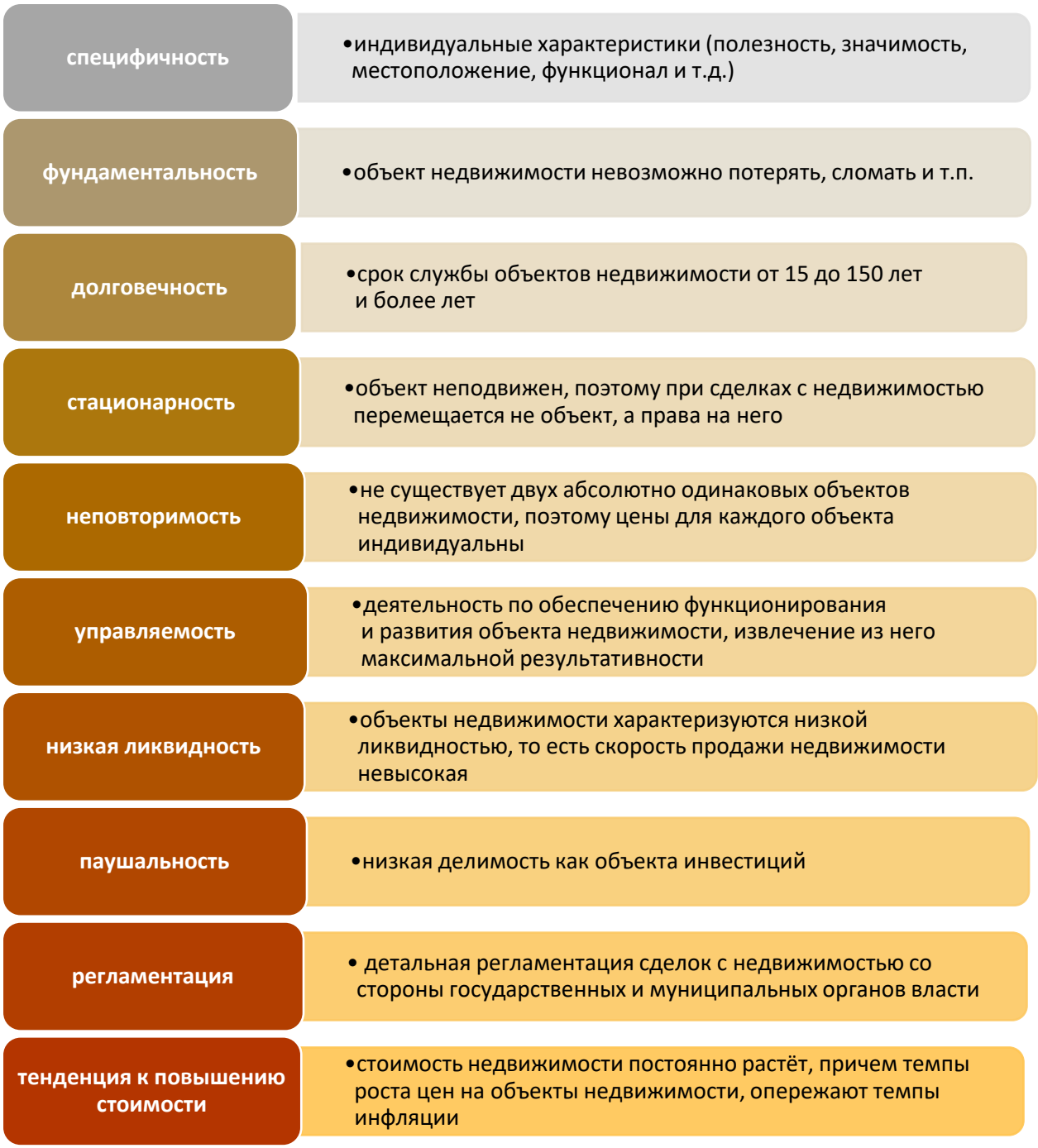


Рис. 1. Специфические свойства недвижимости как объекта управления

Объектами недвижимости могут быть соответствующие объектам недвижимости системы: ведомственный, муниципальный и частный жилой фонд, ТСН, земельный фонд и т.д.

Из этого следует, что управление недвижимостью осуществляется в трёх направлениях:

- правовом – основной задачей является распределение и объединение прав на управление недвижимостью;

- экономическом – деятельность заключается в управлении доходами и расходами, возникающими при использовании недвижимости;

- техническом – объект недвижимости должен обслуживаться в соответствии с его функциональным назначением.

Управление недвижимостью – это деятельность всех структур по управлению рынком недвижимости и частными объектам. Главным органом управления недвижимостью является государство. Государством устанавливается нормативно-правовая база, которая регулирует отношения в области купли-продажи недвижимости. Также субъектами управления выступают сам рынок недвижимости, фирмы и порталы, которые предоставляют к нему доступ. Участниками выступают собственники, инвесторы, арендаторы, риелторы, брокеры, представители государственных органов и др.

Существует внутреннее и внешнее управление недвижимостью. Внутренне управление – это деятельность предприятия по управлению его недвижимостью на основе внутренних нормативных документов: устава, штатного расписания, положения об оплате труда, должностных инструкций и т.д.).

Внешнее управление – это управление объектами недвижимости государством государством.

Актуальной проблемой является эффективное управление недвижимостью. Это означает получение максимальной выгоды от использования недвижимости собственником.

Управление недвижимостью осуществляется посредством формирования объекта, который представляет из себя комплекс технологически или функционально связанного имущества. В это имуществе входят здания, сооружения, инфраструктура, которая формирует физическую среду для осуществления следующих функций:

- оценка состояния недвижимости
- планирование всевозможных расходов и доходов
- проведение рекламной компании для привлечения арендаторов
- обслуживание и эксплуатация
- перепланировка и реконструкция
- юридические услуги

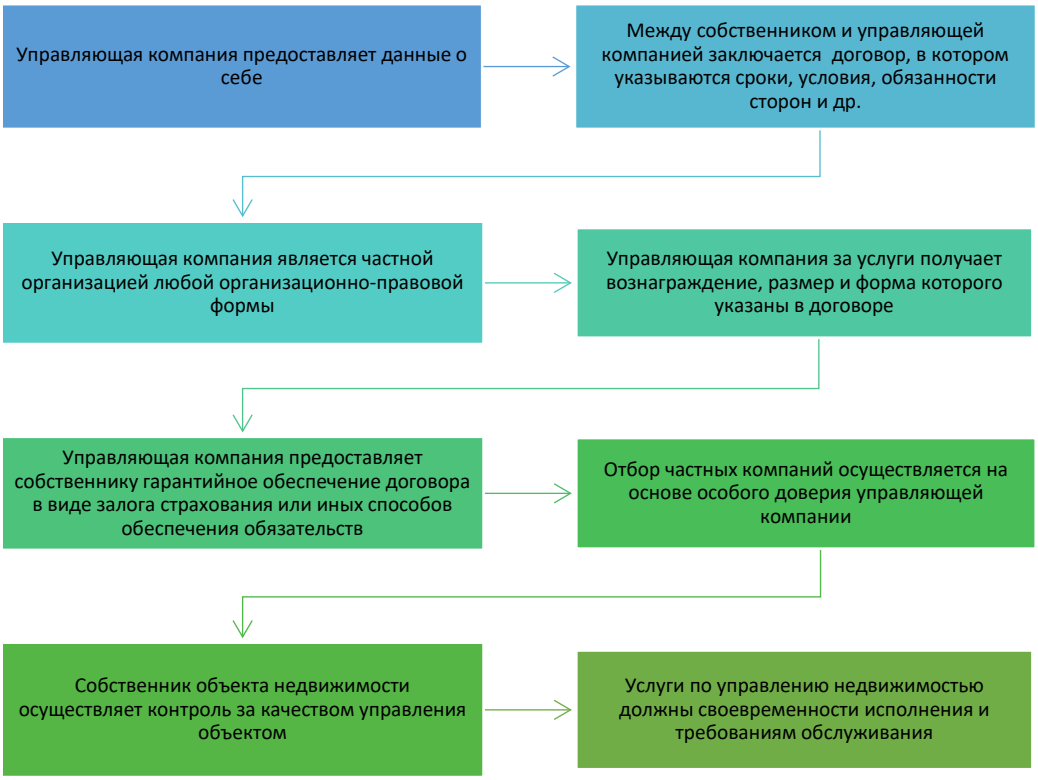


Рис. 2. Поэтапный процесс управления объектом недвижимости

На Западе управление недвижимостью давно считается очень прибыльным бизнесом. В России об управлении недвижимости, как о способе получения прибыли, начали говорить лишь в 1990-х гг., тогда же и появился спрос на офисные помещения. В современной России работа управляющих не регулируется законами, а также отсутствует лицензия, поэтому формирование системы управления происходит на основе стандартов Национальной ассоциацией управляющих недвижимость РФ (в настоящее время она имеет название Межрегиональная ассоциация управляющих недвижимостью) и Кодекса профессиональной этики управляющих недвижимостью.

В российских условиях управление объектом недвижимости осуществляется по схеме, представленной на рисунке 2.

В договоре управления указываются предмет договора и его стороны, срок действия и условия прекращения, ответственность сторон, их юридический адрес и реквизиты и т.д.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Основными проблемами в области управления недвижимостью являются: отсутствие закрепленного в соответствующих законах правового статуса участников рынка недвижимости, отсутствие нормативной базы, противоречивость положений законодательных и нормативных актов.

Объекты недвижимости разнообразны и нет возможности осуществлять оперативную обработку информации о состоянии каждого объекта, необходимой для принятия эффективных управленческих решений.

На федеральном уровне следует принять следующие меры:

- принять государственную политику и сформировать концепцию управления недвижимостью;
- разработать нормативную базу для эффективного, понятного и прозрачного функционирования рынка
- разработать программы и курсы подготовки и повышения квалификации кадров для управляющих недвижимостью.

На региональных уровнях и в муниципальных территориях необходимо решить следующие проблемы:

- разработать программы комплексного территориального развития;
- обеспечить пополнение бюджета за счет использования недвижимости;
- обеспечить приток инвесторов для строительства и реконструкции объектов недвижимости.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение можно сказать о том, что в России происходит активное формирование и развитие рынка недвижимости. Всё большее число граждан, предприятий и различных организаций принимает участие в операциях с объектами недвижимости. Любой объект недвижимости нуждается в управлении и чем крупнее объект, тем более он нуждается в профессиональной помощи со стороны. Недвижимость является специфическим объектом для управления в виду своих особенностей. Спрос на недвижимость, как объект управления, постоянно растёт, из чего следует что управление недвижимостью должно быть не только чётко регламентированным, но и эффективным, и приносить прибыль собственнику. Разработанные рекомендации помогут принимать эффективные управленческие решения и оперативно обрабатывать актуальную информацию на рынке недвижимости.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Автор благодарит научного руководителя к.э.н., доцента Глущенко Марину Евгеньевну, за помощь в редактировании статьи, за предложения и замечания к предварительным версиям статьи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кузнецова И. В. Недвижимость как объект управления: теоретические аспекты // Финансово-кредитные механизмы регулирования экономики. Орел: ОрелГИЭТ, 2015. С. 79–98.

2. Гровер Р., Соловьев М. М. Управление недвижимость: учеб. для СПО. М.: Юрайт, 2019. 347 с.

3. Бусов И. В. Особенности недвижимости как объекта управления // Вестник Университета. 2014. №15. С. 15–18.

4. Как передать имущество в управление, зачем это нужно? + Основные функции и особенности работы компаний по управлению // ФИНАНБИ. URL: https://www.finanbi.ru/upravlenie-nedvijimostiu-725#4 (дата обращения: 21.10.2022).

УДК 378

МОЛОДЁЖНАЯ НАУКА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Д. И. Васина, А. Ю. Горшенин
Омский государственный технический университет, Омск, Россия

D. I. Vasina, A. Y. Gorshenin
Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В статье рассматривается проблема развития образовательно-научных организаций в стране в контексте возможности государственной поддержки данного сектора. Раскрываются возможности и места реализации знаний и навыков молодежи. Приводятся примеры мест развития в различных сферах деятельности студентов. Проводится анализ по числу организаций, выполнявших научные исследования и разработки, по типам организаций по Российской Федерации.

Ключевые слова: развитие науки, научное исследование, молодежь.

I. ВВЕДЕНИЕ

Развитие науки в стране - главнейшая проблема для государства. без неё выстроить справедливое общество невозможно. А молодёжь – это важнейшая ячейка общества, которое является будущим для государства, рабочей силой, в перспективе выполняющими функции по охране государства, наконец, наши будущие коллеги, товарищи, друзья. Всякое новоиспеченное поколение должно быть качественнее лучше минувшего – более рассудительными, умными, творчески развитее, и морально сильнее. Но где же тогда реализовать свои знания?

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Задачей данного исследования является описание мест развития студентов в различных сферах деятельности. Анализ числа организаций, выполнявших научные исследования и разработки, по типам организаций по Российской Федерации.

III. ТЕОРИЯ

Высшие учебные заведения, независимо от отраслевой принадлежности и вида собственности, сочетают педагогическую, научную и научно-техническую деятельность, интегрируя, таким образом, науку и образование [1-3]. Концентрация высококвалифицированных научно-педагогических кадров в сочетании с наличием научно-исследовательских лабораторий, возможностей для проведения экспериментов и других ресурсов обеспечивают интеллектуальный, научный и научно-технический потенциал высших учебных заведений и определяют их конкурентоспособность на рынке образовательных услуг и в научной среде [1, 2].

Однако на практике в процессе организации научной и научно-технической деятельности высших учебных заведений возникает ряд проблем и ограничений, связанных, в первую очередь, с нехваткой финансовых и человеческих ресурсов [4], что является существенным препятствием для развития научно-исследовательской базы, обновления устаревшего оборудования и привлечения молодых специалистов к науке. Исследователи связывают падение популярности и престижа научной карьеры в последние годы, в первую очередь, из-за неконкурентоспособного уровня оплаты труда научно-педагогических работников [4]. Также низкая заработная плата, устаревшая материально-техническая база (не обеспечивающая должного уровня исследований) и повышенные требования к качеству научной продукции способствуют профессиональному выгоранию и оттоку из научной сферы опытных специалистов, и снижению мотивации молодых специалистов заниматься научными исследованиями [5,6].

В Омске существует множество организаций, которые позволяют студентам развиваться в различных сферах.

1. Университеты. Во многих университетах проходят конкурсы, семинары, мероприятия, посвящённые различным наукам. Например, в этом году в ОмГАУ прошли:

– межвузовская игра «будущие золотые умы земфака";

– Всероссийская образовательная акция «ИТ-диктант»;

– Научное мероприятие «Учись учиться» для обучающихся I курса землеустроительного факультета;

– Региональный конкурс «Инновационная идея» (кафедры менеджмента и маркетинга совместно с агротехнологическим факультетом) и т.д.

2. Точка кипения. "Точка кипения" – это комфортное место коллективной работы. Это та площадка, где могут собираться разные сообщества, с которыми взаимодействует университет: студенты, преподаватели, бизнес, администрация города, жители Омска. Обычно взаимодействие происходит точечно и в одностороннем порядке, например, студент-преподаватель, работодатель-студент и т.д., а тут создано общее пространство взаимодействия. Точка кипения даёт молодёжи возможность: обучаться и получать знания у лучших спикеров, получить грант на свой проект, найти работу и т. д.

3. Научно-исследовательские лаборатории. Такой вид лабораторий создаются с целью обеспечения научно-экспериментальной деятельности в ВУЗах, а также для привлечения аспирантов и студентов к решению научно-технических проблем, и в перспективе для закрепления в ВУЗах профессионалов высшей квалификации – кандидатов и докторов наук. Главными задачами научно-исследовательских лабораторий можно назвать:

- проведение фундаментальных, прикладных, поисковых исследований по приоритетным направлениям науки и техники в соответствии с профилем подготовки специалистов в ВУЗе;

- достижение качественно нового уровня интеграции научного и образовательного процессов при подготовке специалистов разных отраслей;

- участие в образовательном процессе благодаря привлечению к научно-технической деятельности студентов, аспирантов, профессорско-преподавательского состава;

- обеспечение условий для прохождения производственной и преддипломной практики студентов, индивидуальной научной работы деятельности магистров и аспирантов для получения ими практических знаний, навыков и умений;

- формирование и развитие современной научно-экспериментальной базы ВУЗов.

В таблице 1 приведено число организаций, выполняющих научные исследования и разработки.

Таблица 1

Число организаций, выполняющих научные исследования и разработки

Число организаций, выполнявшихнаучные исследования и разработки, по типам организаций по Российской Федерации					
Год	2017	2018	2019	2020	2021
Число организаций – всего, из них:	3944	3950	4051	4175	4175
научно-исследовательских организаций	1577	1574	1618	1633	1627
конструкторских организаций	273	254	255	239	233
проектные и проектно-изыскательские организации	23	20	11	12	13
опытные заводы	63	49	44	35	33
образовательные организациивысшего образования	970	917	951	969	990
организации промышленности, имевшие научно-исследовательские, проектно-конструкторские подразделения	380	419	450	441	446
прочие организации	658	717	722	846	833

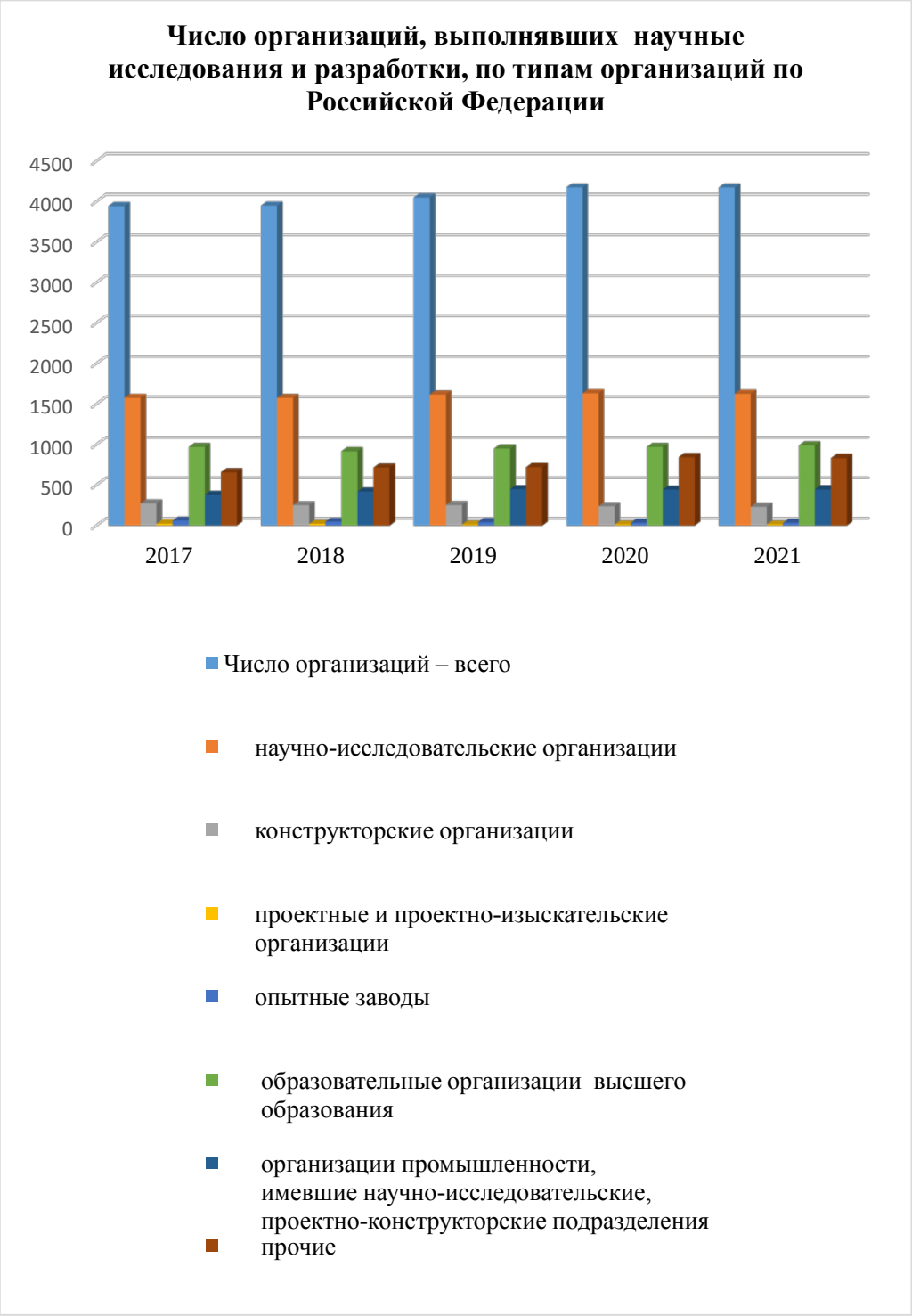


Рис. 1. Число организаций, выполняющих научные исследования и разработки

По данным представленным в таблице и на рисунке можно отследить стабильность по количеству организаций, которые занимаются исследованиями и разработками, а также есть небольшой прирост за период 2017-2021 год – в количестве 231. А также отмечается упадок опытных заводов на 33 организации.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, любой молодой человек, студент и обучающийся образовательного учреждения города Омска может реализовать свои навыки и получить знания в различных отраслях научных сфер.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. ITMO University: Scientific activity of the university. URL: https://itmo.ru/ru/stat/106/4._nauchnaya_deyatelnost_vuza.htm/.https://doi.org/10.17586/1606-4313-2020-19-2-52-59

2. Shynyaeva O. V., Akmanaeva D. Kh. The role of students' scientific activity in improving the functionality of Russian higher education // News of higher educational institutions. Volga region. Social Sciences. 2011. Vol. 4 (20). P. 60–71.

3. Federal Service for Supervision in the Sphere of Education and Science. Expert assessment of the conduct, organization and results of research activities at the university: methodological guidelines / National Institute of Business, Moscow, 2006.

4.Damianova L. T. Innovation activities in Bulgaria: state and prospects // Russian Journal of Innovation Economic. 2015. Vol. 5 (3). P. 141–158.

5.Roberts-Mahoney H., Means A. J., Garrison M. J. Netflixing human capital development: personalized learning technology and the corporatization of K-12 education // Journal of Education Policy. 2015. Vol. 31, no. 4. P. 405–420. https://doi.org/10.1080/02680939.2015.1132774.

6.Safari I., Davaribina M., Khoshnevis I. The Influence of EFL Teachers' SelfEfficacy, Job Satisfaction and Reflective Thinking on Their Professional Development: a Structural Equation Modeling // Journal on Efficiency and Responsibility in Education and Science. 2020. Vol. 13, no. P. 27–40. https://doi.org/10.7160/eriesj.2020.130103.

УДК 512.643

РОЛЬ ПРИКЛАДНОГО ХАРАКТЕРА МАТРИЦЫ ПРИ ИЗУЧЕНИИ МАТЕМАТИКИ В ТЕХНИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

Е. Н. Вирясов

Калининградский Государственный Технический Университет,
г. Калининград, Россия

E. N. Viryasov

Kaliningrad State Technical University,
Kaliningrad, Russia

Аннотация. В статье поднимается вопрос о применимости, знания, актуальности и важности теории матриц в различных сферах деятельности человека таких как математике, биологии, физике, технике, химии, экономике, маркетинге, психологии и т.д. Представлены основные определения, виды матриц, действия над ними и методы их решения. Материал подкреплён задачами с последующими их решениями. Приводится несколько примеров использования матриц в областях энергетики, строительства, экономики и программировании. Возникающие системы линейных уравнений, поставленные перед специалистом своей профессии, показывают степень важности и эффективности применения матриц.

Ключевые слова: матрицы, изучение, реализация полученных знаний.

I. ВВЕДЕНИЕ

Большинство студентов высших учебных заведений, приходя на первый курс, начинают изучать основы математики без большего осознания их применения в других областях. Они думают, что векторы, матрицы и другие математические объекты или понятия живут своей собственной жизнью, являются какой-то абстрактной, альтернативной реальностью. Отсюда получается, что студенты никак не замотивированы на изучение и получение знание, что приводит в дальнейшем к проблемам, так как со временем они узнают, что математика

присутствует не только в физике, но и в химии, биологии и даже в строительной инженерии, медицине и юриспруденции. Таким образом, математика также необходима для понимания реального мира. Многие дисциплины, изучаемые в техническом университете, опираются на данные, которые часто представляются в виде матриц. Правильное понимание матриц, линейных операций с ними требуют знаний основ линейной алгебры.

Матрицы уже давно стали неотъемлемой частью решения множества математических задач и вопросов. Они представляют собой таблицу, состоящую из m строк и n столбцов. Эти характеристики задают размер матрицы и определяют её тип. Над матрицами можно выполнять стандартные алгебраические операции: сложение, вычитание, умножение и деление. Все операции над матрицами проделываются лишь с теми, что соразмерны друг другу. Существуют также и другие действия, которые специфичны только для матриц.

Прежде чем приступить к исследованию нужно обратиться к истории возникновения матриц. Впервые матрицы упоминались в Древнем Китае как “волшебные квадраты”. В те же времена начались появляться правила сложения матриц, а чуть позднее “волшебные квадраты” появились и у арабских математиков. В XVII веке, после развития теории определителей, швейцарский математик Габриель Крамер опубликовал “правило Крамера”, а чуть позднее появилось “метод Гаусса”. Теория матриц начала зарождаться и десятки учёных вложили свой труд для её развития. В 1850 году был введён новый термин - матрица.

В настоящее время матрицы широко используются человеком, как инструмент прикладной математики. Во время обучения, математика предстаёт как совокупность определений и теорем, поэтому разглядеть её прикладной характер и сформировать навык для её применения почти невозможно. Матрицы, как раздел прикладной математики широко применяются человеком и имеют высокую значимость как для специалиста технических наук, так и для гуманитарных. Цель матриц состоит в том, что с их помощью мы можем записывать данные в компактном виде; преобразовывать системы линейных уравнений и решать их; делать вычисления по нужным формулам при программном решении на компьютере. Поэтому каждый студент технического вуза должен иметь чёткое представление, что теория матриц является действенным инструментом в арсенале специалиста.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Изучить понятие матрицы, их виды, действия над ними и методы их решения. Произвести анализ представленных задач и методов их решения. Найти применение матриц в сферах деятельности человека. Исследовать степень актуальности и важности применения матриц в современном мире.

III. ТЕОРИЯ

Определение 1. Матрица размера m×n -это прямоугольная таблица чисел либо буквенных выражений, помещенных в m строках и n столбцах.

Матрица размера n × n называется квадратной порядка n.

Определение 2. Определителем (детерминантом) квадратной матрицы A порядка n называется число, обозначаемое det A или |A|, которое может быть вычислено по формуле:

$$|A| = a_{11}A_{11} + a_{12}A_{12} + \ldots + a_{1n}A_{1n} \quad (1)$$

Здесь $A_{1j} = (-1)^{1+j}M_{1j}$ — алгебраическое дополнение элемента a_{1j} первой строки матрицы A, а M_{1j} — определитель матрицы порядка n − 1, получаемой путём вычёркивания первой строки и j-го столбца (j = 1, n).

Определение 3. Квадратная матрица A называется невырожденной или неособой, если ее определитель не равен нулю. В противном случае, когда определитель матрицы A равен нулю, ее называют вырожденной. Обратной матрицей называют матрицу, при которой действует условие:

E-единичная матрица того же размера, что и A

$$A \cdot A^{-1} = A^{-1} \cdot A = E, \quad (2)$$

Виды матриц

$$A=\begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ a_{m1} & a_{m3} & \dots & a_{mn} \end{pmatrix} = (a_{ij})_{m,n} - \textit{матрица} \text{ размерности } m \times n,$$

где m – число строк; n – число столбцов.

Виды матриц	Пример
Квадратная $A_{n,n} = A_n \Leftrightarrow m = n$	$A_n = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ a_{n1} & a_{n2} & \dots & a_{nn} \end{pmatrix}$
Единичная $E_n = (\delta_{ij}) \Leftrightarrow \delta_{ij} = \begin{cases} 1, & i = j, \\ 0, & i \neq j \end{cases}$	$E_3 = \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & 0 \\ 0 & 0 & 1 \end{pmatrix}$
Нулевая $O_n = (a_{ij}) \Leftrightarrow a_{ij} = 0, \quad \forall i, j$	$O_3 = \begin{pmatrix} 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 \end{pmatrix}$
Диагональная $D_n = (d_{ij}) \Leftrightarrow d_{ij} = 0, \quad \forall i \neq j$	$D_3 = \begin{pmatrix} a_{11} & 0 & 0 \\ 0 & a_{22} & 0 \\ 0 & 0 & a_{33} \end{pmatrix}$
Верхняя треугольная $T_n = (t_{ij}) \Leftrightarrow t_{ij} = 0 \quad \text{при } \forall i > j$	$T_3 = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} \\ 0 & a_{22} & a_{23} \\ 0 & 0 & a_{33} \end{pmatrix}$
Нижняя треугольная $T_n = (t_{ij}) \Leftrightarrow t_{ij} = 0 \quad \text{при } \forall i < j$	$T_3 = \begin{pmatrix} a_{11} & 0 & 0 \\ a_{21} & a_{22} & 0 \\ a_{31} & a_{32} & a_{33} \end{pmatrix}$
Симметричная матрица $S = (s_{ij}) \Leftrightarrow s_{ij} = s_{ji} \text{ при } \forall i \neq j$	$S = \begin{pmatrix} s_{11} & a & b \\ a & s_{22} & c \\ b & c & s_{33} \end{pmatrix}$

Рис. 1. Виды матриц

Действия над матрицами

1. При сложении и вычитании матриц одинакового размера получается матрица того же размера, полученная путем сложения и вычитания соответствующих элементов двух исходных матриц.

Дано:

$$\text{A} = \begin{pmatrix} -1 & 4 & 5 \\ 2 & -3 & 0 \end{pmatrix} \text{B} = \begin{pmatrix} 7 & -2 & 6 \\ 9 & -2 & 8 \end{pmatrix}$$

Найти A+B; A-B

Решение:

$$\text{A+B} = \begin{pmatrix} -1+7 & 4+(-2) & 5+6 \\ 2+9 & -3+(-2) & 0+8 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 6 & 2 & 11 \\ 11 & -5 & 8 \end{pmatrix}$$

$$\text{A-B} = \begin{pmatrix} -1-7 & 4-(-2) & 5-6 \\ 2-9 & -3-(-2) & 0-8 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} -8 & 6 & -1 \\ -7 & -1 & -8 \end{pmatrix}$$

2. Умножение матрицы на число заключается в умножении элементов матрицы на данное число
Дано:

$$A=\begin{pmatrix}3\\-5\\9\end{pmatrix},\ \alpha=2$$

Найти αA.
Решение:

$$\alpha A=2\begin{pmatrix}3\\-5\\9\end{pmatrix}=\begin{pmatrix}2\bullet 3\\2\bullet(-5)\\2\bullet 9\end{pmatrix}=\begin{pmatrix}6\\-10\\18\end{pmatrix}$$

3. Для того, чтобы найти матрицу C размером m ×p, надо матрицу A размером m×n умножить на матрицу B размером n×p. Элементы матрицы C находятся с помощью сложения произведений элементов строки A на соответствующие элементы столбца B
Дано:

$$A=\begin{pmatrix}1&-1\\2&0\\3&0\end{pmatrix},\ B=\begin{pmatrix}1&1\\2&0\end{pmatrix}$$

Найти AB.
Решение:

$$C=AB=\begin{pmatrix}1\bullet 1+(-1)\bullet 2&1\bullet 1+(-1)\bullet 0\\2\bullet 1+0\bullet 2&2\bullet 1+0\bullet 0\\3\bullet 1+0\bullet 2&3\bullet 1+0\bullet 0\end{pmatrix}=\begin{pmatrix}-1&1\\2&2\\3&3\end{pmatrix}$$

4. Для решения произвольных систем линейных уравнений можно использовать метод последовательного исключения неизвестных, или проще метод Гаусса, а также можно использовать метод Крамера или матричный метод.

Решать системы линейных уравнений по формулам можно и в системах компьютерной алгебры, в которых присутствуют операции над матрицами.

Применение матриц в областях деятельности человека

Применение матриц в разных сферах деятельности человека стало обыденностью. Они применяются в физике, экономике, теории управлений статистике и других областях науки и знаний. Специалист своей профессии для решения и упрощения определенных систем уравнений применяет матрицы. Рассмотрим некоторые задачи в областях деятельности человека, в которых буду применятся теория матриц.

Матрицы в сфере математики

Матрицы в математике широко распространены. Они помогают упростить массивные решения, комплектуя все данные в компактные таблицы (матрицы). Помимо алгебраических действий, матрицы применяются и в геометрии. Предположим, что дан вектор на плоскости или в пространстве. Тогда можно выразить некоторые геометрические преобразования или отображения точек в точки как произведение матрицы на вектор y = Ax, где A матрица размера 2x2 (или 3x3). В приведенных ниже примерах мы рассматриваем отображение из x в y на плоскости (случаи, которые описать проще при помощи матриц)

Вращение. Предположим, что y — это вектор, полученный поворотом x на радианы против часовой стрелки. Тогда

$$y=\begin{bmatrix}\cos\theta&-\sin\theta\\\sin\theta&\cos\theta\end{bmatrix}x. \qquad (3)$$

Такая матрица называется матрицей вращения.

Проекция. Предположим, что y является проекцией x на прямую, которая проходит через начало координат под наклоном в радианах по отношению к горизонтали (см. рис. 2). Тогда

$$y=\begin{bmatrix}(1/2)(1+\cos(2\theta))&(1/2)\sin(2\theta)\\(1/2)\sin(2\theta)&(1/2)(1-\cos(2\theta))\end{bmatrix}x.$$

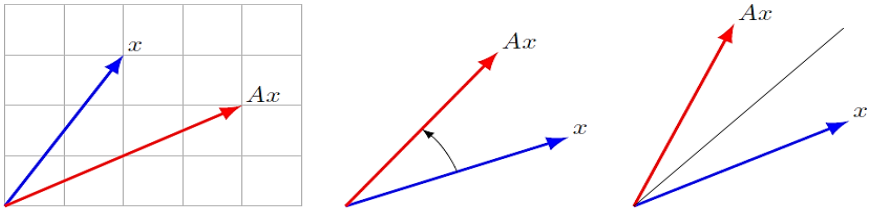


Рис. 2. Иллюстрация поворота вектора

Нахождение матрицы. Когда геометрическое преобразование представлено вектором (как в приведенных выше примерах), простой способ найти матрицу, состоящую из столбцов, i-й столбец — это вектор, полученный преобразованием.

В качестве простого примера рассмотрим вращение по часовой стрелке на 90° на плоскости. Поворот вектора e1 = (1; 0) на 90˚ получается (0; -1); вращая e2 = (0; 1) на 90˚ получается (1; 0). Таким образом, поворот на 90˚

$$y = \begin{bmatrix} 0 & 1 \\ -1 & 0 \end{bmatrix} x.$$

Матрицы в энергетике

Для анализа электрических цепей необходимо определять токи отдельных ветвей или напряжений между двумя любыми узлами цепи или, наконец, потенциалов узловых точек. При этом задаются конфигурация цепи, параметры ее ветвей, а также параметры источников энергии, включенных в цепь в виде генераторов напряжения и тока. При анализе цепей специалисты-энергетики применяют разные методы анализа. Один из них заключается в составлении линейных уравнений. Его мы и рассмотрим.

Найти Токи в схеме методом контурных токов.

Решение:

R_{11}=5+5+4=14 Ом

R_{22}=5+10+2=17 Ом; R_{33}=2+2+1=5 Ом

R_{12}=-5 Ом; R_{13}=0 Ом

R_{23}=-2 Ом; E_{11}=-10 В

E_{22}=10 В E_{33}=-8 В

Записываем систему уравнений:

$$14I_{11} - 5I_{22} = -10$$

$$-5I_{11} + 17I_{22} - 2I_{33} = 10$$

$$-2I_{22} + 5I_{33} = -8$$

Определитель в системы:

$$\Delta = \begin{vmatrix} 14 & -5 & 0 \\ -5 & 17 & -2 \\ 0 & -2 & 5 \end{vmatrix} = 1009$$

Подсчитаем контурные токи:

$$I_{11} = \frac{\begin{vmatrix} 10 & -5 & 0 \\ 10 & 17 & -2 \\ -8 & 2 & 5 \end{vmatrix}}{\Delta} = \frac{-640}{1009} = -0{,}634\text{A}$$

$$I_{22} = 0{,}224\text{A}; I_{33} = -1{,}51\text{A}$$

Ток в ветви cm: $I_{cm} = I_{11} - I_{22} = -0{,}63 - 0{,}224 = -0{,}86\text{A}$

Ток в ветви am: $I_{am} = I_{22} - I_{33} = 0{,}22 + 1{,}51 = 1{,}734\text{A}$

Матрицы в сфере экономике

Таблица 1

Распределение ресурсов

Ресурсы	Отрасли экономики		
	Промышленность	Сельское хозяйство	Торговля
Трудовые ресурсы	4,8	6,7	7,1
Водные ресурсы	3,1	2,5	5,8
Электроэнергия	5,6	4,3	3,4

Данная таблица может быть записана в виде квадратной матрицы для более простой и понятной формы:

$$mathitA = \begin{vmatrix} 4{,}8 & 6{,}7 & 7{,}1 \\ 3{,}1 & 2{,}5 & 5{,}8 \\ 5{,}6 & 4{,}3 & 3{,}4 \end{vmatrix}$$

Так, например, по элементу $a_{22} = 2{,}5$ можно сказать, сколько вводных ресурсов потребляет сельское хозяйство.

Матрицы в строительной механике

Механизмы и машины, использующиеся в наше время, содержат большое количество механических элементов, начиная от осей измерительных винтов, опор, направляющих и т. п. Сохранение формы и размеров, является важным условием для обеспечения точности измерений. В этих случаях упругие элементы машин должны удовлетворять условию жесткости:

$$\Delta_{max} \leq [\Delta] \tag{4}$$

где Δ_{max} – допускаемое перемещение.

Для определения перемещений при изгибе используют интеграл Мора. Метод Максвелла - Мора представляет собой универсальный способ для определения линейных и угловых перемещений в любых плоских и пространственных системах.

$$\Delta_{ik} = \sum \int_{lj} \frac{\overline{S_i} \cdot S_k}{B_j} \cdot dS \tag{5}$$

где $\overline{S_i}$ - единичное внутреннее усилие по направлению искомого перемещения; S_k - внутреннее усилие от заданной нагрузки; B_j - жесткость поперечного сечения для данного вида деформаций.

Пример применения формулы Мора и матриц:

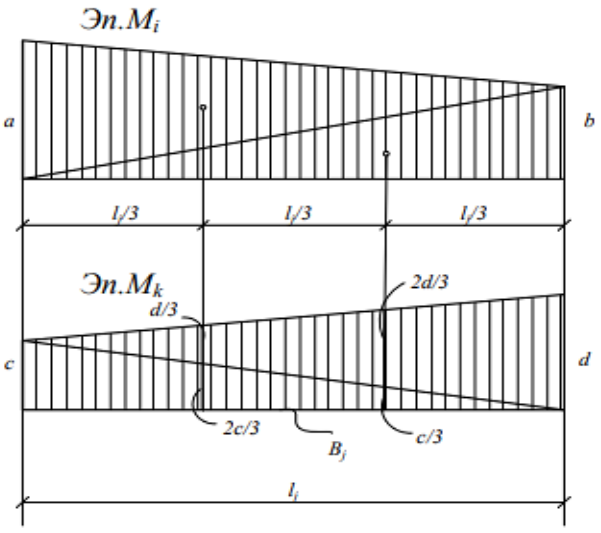


Схема 1. Умножение линейных участков эпюр

Рассмотрим участок длиной L_j и жёсткостью B_j. Внутренние усилия на концах эпюры S_jравны a, b и c, d на концах эпюры S_k , и e, f в серединах участков тех же эпюр. Перемножаем эпюры M_j и M_k по правилу Верещагина:

$$\Delta_{jk}=\frac{L_j}{B_j}\times\left[0{,}5a*\left(\frac{d+2c}{3}\right)+0{,}5b*\left(\frac{2d+c}{3}\right)\right]=\frac{L_j}{6mathitB_j}*(2ac+2bd+ad+bc)$$

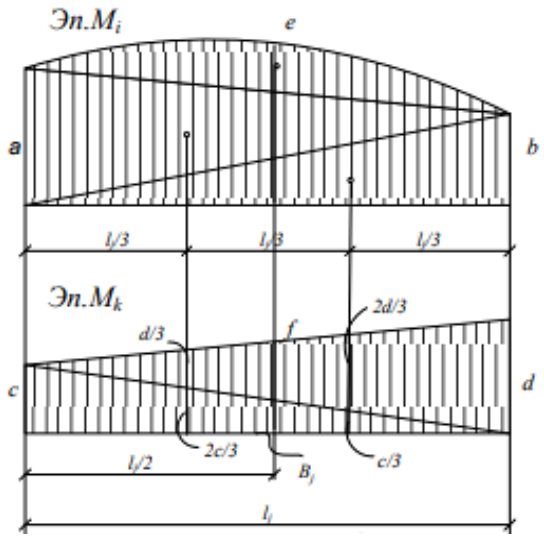


Схема 2. Умножение параболической и линейной эпюр

$$\Delta_{jk}=\frac{L_j}{B_j}*\left[0{,}5a*\left(\frac{d+2c}{3}\right)+0{,}5b*\left(\frac{2d+c}{3}\right)\right]+\frac{L_j}{B_j}*\frac{2f}{3}*\left(e-\frac{a+b}{2}\right)=\frac{L_j}{6B_j}*(ac+4ef+bd)$$

Данные формулы лучше записать в матричной форме:

$$\Delta_{ik}=S_i^T*G_j*S_k$$

$$S_i=\begin{bmatrix}a\\b\end{bmatrix}S_k=\begin{bmatrix}c\\d\end{bmatrix}G_j=\frac{L_j}{6B_j}\begin{bmatrix}2&1\\1&2\end{bmatrix}$$

для прямолинейных участков эпюр S_i и S_k и

$$S_i=\begin{bmatrix}a\\e\\b\end{bmatrix}S_k=\begin{bmatrix}c\\f\\d\end{bmatrix}G_j=\frac{L_j}{6B_j}\begin{pmatrix}1&0&0\\0&4&0\\0&0&1\end{pmatrix}$$

для криволинейной эпюры k S, которая аппроксимируется квадратной параболой.

Матрицы в программировании

В современном мире матрицы в программировании является почти самой важной частью. При работе с любой информацией чаще всего приходится сталкиваться с таблицами данных. Очень часто программы работают именно с такими данными. В пример можно привести игры на клетчатой доске: шахматы. Такие данные, языки как Python, могут хранить их и обрабатывать в виде двухмерных списков (или массивов). Для того, чтобы обработать табличные данные, необходимо запоминать состояние каждой ячейки(клетки), ведь они имеют по два номера (номер столбца и номер строки).

Так же матрицы используются в 3D моделировании. Любой объект задаётся в определённой системе координат и имеет свои координаты в ней. Предположим, есть путь, состоящий из начального положения объекта и конечного положения, а между ними есть точка, означающая середину пути, на которой и расположен некий объект, имеющий свои координаты. Так, объект имеет свои координаты {a, b, c}, которые можно записать в виде матрицы, состоящей из 1 строки и 3 столбцов, а именно A= [a b c]. Нам нужно совершить движение влево на элемент k, чтобы расположение точки было f (1). При сдвиге необходимо домножить координаты точки

на элемент k. Можно увидеть, что умножение элемента на матрицу - это одно из алгебраических операций, которое было представлено выше.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

При анализе задач, разобранных в данной статье, можно сказать, что значимость моего исследования показывает необходимость знания теории матриц как для студентов технических специальностей, так и для гуманитарных.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

На основе результата исследования можно сказать о высокой степени важности и актуальности применения теории матриц для решения задач в разных сферах человеческой деятельности.

VI. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, изучив основные определения и проанализировав представленные задачи, нельзя недооценивать применение матриц в жизни человека. Знание теории матриц важны, но особенно будущим специалистам. Для студента - это возможность развить навык применении математики. Для квалифицированных работников - один из способов выполнить поставленную задачу.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бессонов Л. А. Теоретические основы электротехники. Электрические цепи: учеб. для бакалавров. М.: Юрайт, 2016. 701 с.

2. Вялова А. В. Матрицы и системы линейных уравнений / Калининград. гос. техн. ун-т. Калининград, 2009. 63 с.

3. Вялова А. В., Елисеева Н. А., Ермакова Т. В. Алгебра и геометрия: учеб.-метод. пособие. Калининград: Изд-во КГТУ, 2021. 212 с.

4. Плотников Ю. Г. Матрицы в строительной механике: учеб. пособие. Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2008. 111 с.

5. Шершнева В. А, Карнаухова О. А. Сборник прикладных задач по математике / Сибир. Федер. ун-т, 2011. 219 с.

УДК 005.6

ДЕКОМПОЗИЦИЯ МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В ОРГАНИЗАЦИИ

Е. А. Врагова

Мытищинский филиал МГТУ им. Н. Э. Баумана, Россия, г. Мытищи

E. A.Vragova

Mytishchi branch Bauman Moscow State Technical University, Russia

Аннотация: Статья посвящена вопросам изучения методологии управления качеством в организации. Качество в общем понимании определяется как существенный признак, свойство, отличающее одно благо от другого. Введение стандартов по построению систем управления качеством на предприятиях обусловило систематизацию требований к организациям по развитию системы управления качеством, которые предусматривают: формирование организационной культуры качества, осуществление планирования качества, определение процессов и мер по их улучшению, установление ответственности за качество и мотивации персонала за ее повышение , документацию процедур и качества, оценка степени удовлетворенности своих клиентов.

Ключевые слова: система менеджмента качества, функции менеджмента, управление качеством.

С позиций деятельности организации и процесса управления качество приобретает более формализованные характеристики и определяется через наличие определенных свойств (характеризуются показателями качества) и определенной ценности (определяется через потребительское восприятие и оценивание). Развитие подходов к управлению качеством, методологии и моделям, начато практикой контроля качества на промышленных предприятиях в последней трети XIX в. Сегодня теоретические и практические наработки в сфере управления качеством представлены работами наиболее известных зарубежных ученых Э. Деминга, Дж. Джурана, К. Исикавы, Ф. Кросби, А. Фейгенбаума, Г. Тагути, В. Шугарт, сформировавших основу методологии управления качеством.

В процессе эволюции подходов к управлению качеством сформировался целый ряд методов и подходов, концепций и моделей менеджмента качества. В основе построения любого метода управления качеством лежит система оценок и показателей, позволяющих формализовать качество продукции (табл.1).

Таблица 1

Показатели оценки качества продукции

Классификационный признак	Показатели
Свойство продукции	назначения, долговечности, эргономичности, экономичности надежности, технологичности, эстетические, стандартизации и унификации, экологичности, патентно-правовые, безопасности
Способ измерения	показатели, выраженные: - в натуральных единицах (кг, м и др.) - в безразмерных единицах (баллах) - в стоимостных единицах
Количество свойств	обобщающие единичные (показатели назначения, надежности и др.) комплексные (характеризующие несколько свойств изделия)

Показатель качества рассматривается контекстно по определенным условиям создания [3], эксплуатации и потребления продукции и дает количественную характеристику одного или нескольких свойств продукции.

Наибольшее применение в оценке качества приобрела первая группа показателей, характеризующих эксплуатационные свойства продукции:

1. Характеристики назначения характеризуют потребительскую цена продукции и обуславливают сферу её внедрения.

2. Показатели надежности учитывают такие свойства как безотказность (способность постоянно сохранять работоспособность в течение определенного времени), долговечность (способность сохранять работоспособность до наступления предельного состояния), ремонтопригодности (приспособленность продукции к предупреждению и выявление причин возникновения отказов, повреждений и устранения из-за ремонта) и сохранность (способность сохранять исправное и работоспособное состояние, пригодное для потребления в течение и после хранения и транспортировки).

3. Эргономика включает следующие показатели – гигиенические, антропометрические, физиологические, психологические.

4. Экономические характеристики характеризуются расходами на эксплуатацию продукции (к примеру, потребление электроэнергии).

5. Эстетические характеристики характеризуют вкусовые восприятия материально-вещественной формы продукции.

6. Технологические характеристики характеризуют оптимизацию издержек производства.

7. Показатели стандартизации и унификации характеризуют насыщенность изделия стандартными, унифицированными и оригинальными составными частями, как детали, узлы, агрегаты, комплекты и комплексы.

8. Патентно-правовые характеристики характеризуют степень патентной защиты технологии и эстетики продукции, что описывает её конкурентоспособность на рынке.

9. Экологические характеристики характеризуют степень влияния производства и потребления продукции на окружающую среду.

10. Показатели безопасности определяют особенности производства и эксплуатации продукции по воздействию безопасности персонала и потребителя.

Методологической основой построения менеджмента качества системный и процессные подходы. Содержание указанных подходов и их использование в управлении предполагает рассмотрение любой деятельности организации как системы процессов. Системный подход в управлении качеством приводит к формированию и обеспечению эффективного функционирования менеджмента качества как системы, включающей совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов, необходимых для направления и контроля деятельности организации в сфере качества.

Процессный подход в управлении качеством обеспечивает использование в рамках организации системы процессов в контексте их четкого определения и структурирования с учетом взаимодействия, а также управления этими процессами. Таким образом, система управления качеством – это совокупность взаимосвязанных процессов, позволяющих обеспечить преобразование входов в выходы с использованием ресурсов. Обобщая этапы эволюции управления качеством, можно сформировать обобщающую характеристику методологии (табл. 2)

Таблица 2

Эволюция менеджмента качества в контексте методологии

Содержание этапа и цель	Объект управления	Принципы управления	Концепции и методы
Контроль качества не допустить непригодную продукцию к потребителю	Комплекс характеристик качества продукции	Управление по отклонениям показателей качества продукции (услуги) от нормированных значений	Методы статистического управления качеством В. Шухарта, Х.Доджа
Управление процессами увеличить доход от пригодной продукции	Ресурсы (трудовые, информационные и др.) и параметры технологических процессов	Управление по отклонениям от нормируемых характеристик ресурсов и тенденциям процессов	Цикл PDCA Шухарата-Деминга
Менеджмент качества обеспечить качество труда на предприятии	Система обеспечения заданного уровня качества продукции (услуг)	Коррекция процедур управления по результатам анализа качества продукции (услуг) и процессов	Концепция статистического управления качеством TQC – Total Quality Control
Планирование качества обеспечить полное удовлетворение потребностей клиента	Плановый уровень улучшения качества продукции (услуг) и ресурсов	Идентификация целей и управление по отклонениям от направления к цели	Концепция постоянного улучшения качества Дж. Джурана (AQI - Annual Quality Improverment Методы Г.Тагучи
Экология качества и социальный менеджмент обеспечить экологическую безопасность потребителя и социальное партнерство	Риски	Идентификация рисков, их мониторинг и управление по превышениям уровня.	Концепция постоянного улучшения Кайзен (KAIZEN) Метод структурирования функции качества QFD – (Quality Function Deployment) Концепция Дома качества (Quality House) Методология «шесть сигм»

Целью системы менеджмента качества является обеспечение постоянного повышения ценностных свойств продукции. Принимая во внимание методы, которые используются в процессе управления качеством должны обеспечить выполнение следующих задач:

- исследование рынка;
- изучение требований относительно выпускаемой продукции со стороны заинтересованных сторон – потребителей и контролирующих органов;
- создание системы управления качеством и ранжирование инструментов влияния на качество на разных этапах (на этапе исследования, производства и т.п.);

- контроль качества со стороны управленческого персонала, так и со стороны исполнителей, задействованных в различных процессах;

- разработка и принятие эффективных управленческих решений по улучшению продукта и т.п.

Методы управления качеством можно определить как совокупность способов и приемов, с помощью которых субъекты управления (управляющая система) влияют на объекты управления (управляемую систему) – организацию и элементы производственного процесса для достижения поставленных целей по качеству. Методы управления качеством достаточно разнообразны и зависят от цели, их можно сгруппировать следующим образом:

1) Административные (организационные) включают распорядительные (директивы, приказы и т.п.), регламентирующие (нормы, нормативы, положения) и дисциплинарные (ответственность и поощрение) методы.

2) Социально-психологические методы – совокупность приемов и инструментов воздействия на атмосферу в коллективе, создание приемлемого психологического климата, то есть те социальные факторы, от которых зависит качество продукции. К ним можно отнести разработку инструкций и правил, регламентирующих дисциплину или системы нематериального вознаграждения (повышение мотивации работников).

3) Инженерно-технологические методы влияют непосредственно на технологические процессы и включают: а) технические методы контроля качества; б) способы технологического регулирования свойства продукции, услуг и действий.

4) Экономические методы предполагают создание благоприятных экономических условий для обеспечения и роста качества продукции персоналом. Такие методы включают экономическое стимулирование и материальную заинтересованность в повышении качества; ценообразование с учетом уровня качества; финансирование деятельности в сфере менеджмента качества; экономические меры воздействия на поставщиков; бизнес-планирование разработки новых и модернизации существующих видов продукции и услуг.

5) Отдельно рассматриваются статистические методы в системе управления качеством, позволяющие отслеживать данные и выявлять факторы, обусловливающие положительную или отрицательную динамику показателей качества. В зависимости от цели статистические методы делятся на инструменты контроля качества (формирование и анализ первичной информации) и инструменты управления качеством (превращение требований, представляемых потребителями, в параметры качества продукции): Контрольный лист; Диаграмма Парето; Причинно-следственная диаграмма; Гистограмма; Диаграмма рассеяния (корреляционная диаграмма); Контрольные карты; Стратификация. В теории менеджмента качества методы делятся на классические и современные. Среди классических методов наиболее распространены цикл Шухарата-Деминга, поскольку эта модель нашла свое применение в нормах ISO, и концепция общего управления качеством (Total Quality Management, TQM).

Цикл Шухарата-Деминга формирует основу процессного подхода в управлении качеством. Начатая Шухаратом методология была усовершенствована Демингом и получила название цикл Шухарата-Деминга. Такой подход предполагает цикличность управления качеством – постоянную повторяемость прохождения определенных этапов, при этом указанный подход, декларирующий цикл Шухарата-Деминга (часто используют название только цикл Деминга), пригоден для характеристики любой управленческой или бытовой деятельности (рис. 1).



Рис. 1. Структура цикла Деминга

Концепция Э. Деминга предусматривала трансмиссионное влияние обеспечения качества на всю экономическую систему (цепная реакция Деминга): улучшили качество – снизили стоимость – возросла производительность труда и захват рынка – предприятие остается в бизнесе – создаются новые рабочие места, совершенствуется и расширяется производство – растет качество.

Общее управление качеством (Total Quality Management, TQM) – это концепция управления организацией в контексте обеспечения качества, которая основывается на участии всех ее членов (персонала на всех уровнях организационной структуры во всех подразделениях) и является клиетоцентрической – направлена на достижение долгосрочного успеха на основе удовлетворения как требований потребителя, так и обеспечение выгод для членов организации и общества. Основными составляющими системы TQM являются: обеспечение качества (QA); политика качества (QPolicy); планирование качества (QPlanning); улучшение качества (QI).

Внедрение всеобщего управления качеством концептуально изменило основные принципы соответствующей системы (табл. 3)

Таблица 3

Принципиальные отличия традиционной системы управления и системы tqm

Признак	Традиционные принципы управления	Принципы системы TQM
Субъект удовлетворения потребностей	Заказчик	Потребитель, сотрудник общество
Объект планирования, обеспечения и контроля улучшения качества	Продукция	Все процессы и системы
Направленность разрабатываемых мероприятий	В коррекции	На предупреждение
Субъекты ответственные за качество – обучение управлению качеством	Только сотрудники отдела контроля качества	Весь персонал
Ответственность за качество – возложение функций обеспечения качества	На отдел контроля качества	На всех сотрудников
Систематичность мер по качеству	Решение только «критических» вопросов и задач сегодня	Регулярное выявление и решение хронических проблем в области качества
Коммуникация	Выполнение поставленной задачи каждым автономно	Координация и взаимодействие в области качества деятельности всех сотрудников

Управление качеством существенно отличается от контроля, содержание которого сводится к отделению хороших изделий от плохих, а качество продукта после завершения процесса производства, когда осуществляется контроль, не может изменяться по его результатам [1]. Управление качеством происходит на всех этапах разработки, производства, эксплуатации (потребления) и утилизации товара. Соответственно обеспечивается возможность установления причин брака, на каком бы этапе он ни возникал, и оперативного устранения этих причин производства продукции лучшего качества. Это становится возможным в результате реализации принципов системы TQM (рис. 2).

Концепция постоянного улучшения качества Дж. Джурана (AQI – Annual Quality Improverment) ориентирована на долгосрочные результаты, достигаемые в результате сосредоточенности на стратегических решениях по проблемам, определенных трилогией Джурана: планирование качества – контроль качества – улучшение качества (стадии непрерывно осуществляемых работ по управлению качеством).

Методы Г. Тагути – совокупность подходов к управлению качеством, основанных на идее повышения качества при планировании продукции, при этом учитывается вариативность и неопределенность.



Рис. 2. Основные принципы TQM

Современные концепции управления качеством, которые сформировались в конце XX ст. и развивающиеся сегодня – это: система KAIZEN (постоянное улучшение качества за счет осуществления небольших шагов каждым работником компании); концепция Дома качества (обеспечение потребительской ценности при минимальной стоимости); методология «шесть сигм» (реализация краткосрочных проектов, направленных на достижение долгосрочных целей); методология структурирование функции качества QFD (обеспечение качества на каждом этапе жизненного цикла создаваемого продукта). Модели менеджмента качества можно систематизировать в зависимости от методов и подходов, используемых при их построении:

1. Процессные модели (используется комплекс инструментов менеджмента качества) [2].

• Модель TQM (Total Quality Management), основная философия – совершенствованию нет предела. Для управления качеством используется широкий инструментарий (мозговой штурм, диаграмма Исикавы, метод Делфи, многоступенчатое голосование, блок-схемы процессов, диаграмма Парето, матрица контрмер, построение дома качества, диаграмма рассеяния, контрольные карты).

• Система менеджмента качества в соответствии с требованиями ISO серии 9000, основной целевой ориентир которой – обеспечение качества в соответствии с требованиями клиента.

2. Модели конкурсов (оцениваются в баллах отдельные критерии, которые определяются каждой премии и определяется рейтинг).

• Международные премии по качеству.

• European Quality Award – Европейская премия по качеству (самая престижная европейская награда за достижение совершенства в бизнесе).

• Премия Малкольма Болдриджа (США).

• Премия Деминга (Япония).

• Национальные премии по качеству.

• Региональные премии и конкурсы.

• Отраслевые конкурсы.

3. Модели самооценки.

Стандарты корпоративной социальной ответственности.

Процесс управления качеством на предприятии зависит от выбранной концепции и методологии, а также решения по сертификации системы менеджмента качества. Сертификация системы менеджмента качества

предполагает документальное подтверждение ее соответствия стандартам, по которым происходит сертификация. Суммируя, можно определить этапность процесса управления качеством на предприятии (рис. 3).



Рис. 3. Реализация менеджмента качества на предприятии.

ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Значительная роль и актуальность решения проблем качества предопределила формирование институционального обеспечения на международном уровне в форме стандартов и сертификации. Введение стандартов по построению систем менеджмента качества на предприятиях обусловило систематизацию требований к организациям по развитию системы менеджмента качества, которые предусматривают: формирование организационной культуры качества, осуществление планирования качества, определение процессов и мер по их улучшению, установление ответственности за качество и мотивации персонала за ее повышение, документацию процедур и качества, оценка степени удовлетворенности своих клиентов. Среди основных причин внедрения системы менеджмента качества по международным стандартам можно выделить следующие: условие заключения соглашения со стороны поставщиков или заказчиков; получение конкурентных преимуществ или равных условий с конкурентами; обеспечение доверия к организации, ее репутационному имиджу; уменьшение количества рекламаций и нехватки; завоевание новых рынков сбыта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Серенков П. С., Назаренко В. В., Ромбальская О. И. Методология риск-менеджмента в рамках СМК на основе комплексного процессного подхода // Методы менеджмента качества. 2015. № 10. С. 12–16.

2. Скрипко Л. Е. Построение процессных моделей менеджмента качества на основе требований ИСО9001:2000. URL: http://www.vestnikmanagement.spbu.ru/archive/pdf/237.pdf (дата обращения: 14.10.2022).

3. Bravi L., Murmura F., Santos G. The ISO 9001:2015. Quality Management System standard: Companies' drivers, benefits and barriers to its implementation // Quality Innovation Prosperity. 2019. Vol. 23, no. 2. P. 64–82.

УДК 004:334.7

ЦИФРОВИЗАЦИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

А. О. Гаранина, О. В. Филина
ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет», г. Казань, Россия

A. O. Garanina, O. V. Filina
Kazan State Energy University, Kazan, Russia

Аннотация. Научная статья посвящена исследованию внедрения цифровых систем в промышленные предприятия. Рассмотрено понятие цифровизации, а также области, в которые могут внедряться такие технологии на предприятии. Также обращено внимание на четвёртую промышленную революцию, её цели и возможности отечественного производства в рамках Индустрии 4.0, в том числе рассмотрены технологии, которые используются в рамках революции и их применение на предприятиях России. Показано влияния пандемии на использование роботов в промышленности, а также тенденции их развития в последующие годы. Развитие цифровизации в промышленных предприятиях даёт начало новой эпохи производства и становления экономики.

Ключевые слова: цифровизация, промышленные предприятия, индустрия 4.0, роботизация.

I. ВВЕДЕНИЕ

За последние годы тема цифровизации является наиболее острой, поскольку спрос на произведённую продукцию требует новых решений и усовершенствования производства. В период пандемии тема перехода на цифровые технологии стала наиболее востребована, поскольку бизнес и производство потребовало создания новых условий для достижения устойчивого развития компаний, сокращения издержек в производстве, а также времени выведения продуктов на рынок. Требования к созданию современных условий стало двигателем научно-технического прогресса.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью научной статьи является анализ уровня цифровизации в деятельности промышленных предприятий. Для достижения поставленной цели следует выделить ряд задач:

- Рассмотреть понятие цифровизации и области применения инновационных технологий на предприятиях
- Рассмотреть цифровизацию в рамках четвёртой промышленной революции
- Провести анализ использования цифровых технологий на отечественных промышленных предприятиях
- Провести анализ влияния пандемии на внедрение цифровизации в промышленность, в особенности роботизации

III. ТЕОРИЯ

В первую очередь необходимо обратиться к понятию цифровизации. Цифровизация — это внедрение новых технологий для повышения эффективности и качества различных процессов. Конечно же цифровизация не могла обойти стороной предприятия. Современное предприятие должно внедрять цифровые технологии в такие направления хозяйственной деятельности как:

- система управления предприятием;
- внутренний и внешний документооборот;
- логистика;
- продажи;
- системы коммуникаций и проверки качества продукции;
- ведение кадровой политики;
- обеспечение информационной безопасности;
- технологии производства. [1]

Цифровизация промышленности является основной чертой четвёртой промышленной революции, так называемой Индустрии 4.0. Индустрия 4.0 нацелена на создание устойчивого, технологичного, автоматизиро-

ванного и интеллектуального предприятия. С одной стороны она направлена на внедрение высокоэффективных и автоматизированных процессов для массового производства, а с другой стороны на формирование промышленной среды, где будут создаваться продукты, ориентированные на отдельного клиента при использовании затрат характерных для массового производства [2].Для малых предприятий зачастую задача использования новых цифровых технологий является более простой, чем для крупных предприятий, поскольку они начинают внедрять технологии «с нуля», а не перестраивать привычные процессы работы на новый лад.

Промышленные предприятия используют множество цифровых технологий, в том числе:

- киберфизические системы;
- облачные вычисления;
- Интернет вещей и промышленный интернет вещей;
- Искусственный интеллект;
- Цифровые двойники и т.д.

Отечественные предприятия новые технологии используют малоактивно.Если говорить о конкретных технологиях, то робототехнику и интернет вещей внедряют всего 37% компаний, блокчейн и дроны – 19%, искусственный интеллект используют 11%, технологии дополнительной реальности всего лишь 7%. В то же время 37% предприятий не используют цифровые технологии совсем. Если говорить о четвёртой промышленной революции, то Российская промышленность находится скорее на стадии Индустрии 3.0. (Рис. 1) Это связано с рядом причин, среди которых можно выделить большую степень износа основных фондов, дороговизна кредитных ресурсов, несовершенство налоговой системы, высокий уровень коррупции и низкая степень доверия к государству [3].



Рис. 1. Основные этапы промышленного производства от Индустрии 3.0 к индустрии 5.0

По данным всемирной организации роботов от 2021 года, несмотря на пандемию COVID-19 количество установок роботов выросло на 0,5% и составило 383 545 единиц, что сделало 2020 год третьим по успешности внедрения робототехники после 2018 и 2017 годов. Падение количества установок в 2019 году на 10% обусловлено тем, что многие отрасли в зарубежных странах потерпели спад производства в связи с пандемией. В 2020 году спрос на внедрение роботов возрос на 10% в связи с тенденциями к автоматизации и цифровизации в промышленности [4]. В 2021 году также произошёл хороший рост использования робототехники в промышленности, их количество достигло 468 785 единиц, что составило темп роста 27% (Рисунок 2). В связи с наблюдаемыми тенденциями в 2022 году также продолжится рост установок.

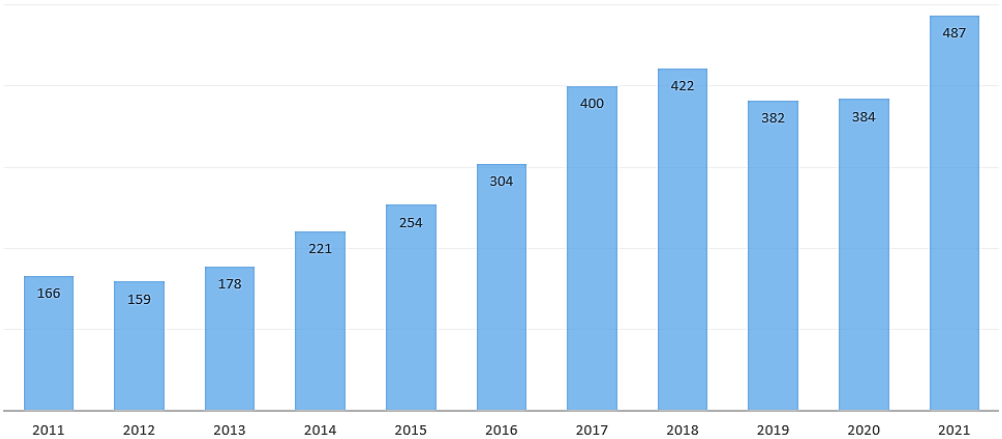


Рис. 2. Количество установок промышленных роботов с 2011г. по 2021г. (в тысячах штук) [5]

Особое значение цифровые технологии получили в период пандемии COVID-19, когда стало необходимым переводить многие технологические процессы на дистанционное управление. Это побудило многие предприятия внедрять новые технологии для сохранения своего производства и штата сотрудников. Причём этот процесс со спадом пандемии не останавливается, а продолжает свою работу, поскольку внедрение такие технологий в своём большинстве несёт за собой перевод предприятий на новый уровень и даёт положительный экономический эффект.

IV. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог следует сказать, что внедрение цифровых технологии необходимо для современных предприятий. Переход на новый уровень помогает достичь хороших результатов в производстве. Конечно, цифровизация несёт за собой ряд сложностей и проблем, поскольку перейти на инновационные технологии также повлечёт за собой сокращение достаточно большого количества рабочих мест, поскольку большим количеством процессов будут управлять роботы и искусственный интеллект. Тем не менее роботы не смогут заменить полностью человека, персонал должен будет пройти ряд обучений, чтобы освоить управление новыми механизмами. Также переход на новый уровень технологий позволит молодым специалистам, развивающимся в IT-сфере проявить себя и вывести производство на новый уровень. Цифровизация имеет все возможности чтобы сделать экономику государства более стабильной и гибкой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анализ цифровизации хозяйственной деятельности // Справочник от Автор 24. URL: https://spravochnick.ru/ekonomika_predpriyatiya/analiz_cifrovizacii_hozyaystvennoy_deyatelnosti_predpriyatiya/ (дата обращения: 27.09.2022).

2. Мезенцева Е. С. Эффекты цифровизации промышленности малых и средних предприятий в условиях Индустрии 4.0 // Региональная экономика: теория и практика. 2021. № 11 (494). С. 2086–2106.

3. Красильников О. Ю. Новая промышленная революция: от Индустрии 3.0 к Индустрии 5.0 // Глобальные проблемы модернизационной национальной экономики: материалы XI Междунар. науч.-практич. конф., 18 мая 2022 г. Тамбов, 2022. С. 59–64.

4. Executive Summary World Robotics 2021 Industrial Robots: отчёт о промышленных роботах. URL: https://ifr.org/img/worldrobotics/Executive_Summary_WR_Industrial_Robots_2021.pdf (дата обращения: 01.10.2022).

5. Sustainable! How robots enable a green future // IFR Executive Roundtable. URL: https://ifr.org/downloads/press2018/2022_06_21_Presentation_Round_Table.pdf (дата обращения: 02.10.2022).

УДК 338.24

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Г. С. Горбач, А. Д. Фисун
ОмГТУ, Омск, Российская федерация

G. S. Gorbach, A. D. Fisun
OmSTU, Omsk, Russian Federation

Аннотация: Глобализация подтвердила, что конкурентоспособность организаций обусловлена успешным развитием инноваций. Инновационный менеджмент и развитие инновационного потенциала организаций становятся научной проблемой, поскольку существующие подходы в этой области не дают удовлетворительных результатов. В статье представлен подход к повышению инновационной эффективности организации, который основан на систематическом изучении возможного инновационного потенциала организации и целенаправленном создании подходящей инновационной среды в организации.

Ключевые слова: инновационный потенциал, эффективность инноваций, рынок, организация, инновация.

I. ВВЕДЕНИЕ

Качество принятия решений зависит от степени знания причинно-следственных связей. Принятие решения о новых продуктах, услугах, а также о разработке и внедрении новых систем связано с неопределенностью и риском. Это может быть сведено к минимуму, если мы сможем правильно оценить последствия и повлиять на причины контролируемых процессов. Однако для этого требуется разработка и использование научного метода для систематического изучения причинно-следственных связей и целенаправленного поиска, количественной оценки и увеличения инновационного потенциала в организации. Только тогда мы можем рассчитывать на успешную коммерциализацию инноваций и успех у потребителя.

Для успешной реализации этого процесса необходима системная идентификация и количественная оценка инновационного потенциала организации и, с другой стороны, создание соответствующей (инновационной) среды в организации. Нам нужна среда, которая будет систематически создавать условия для генерации, развития и коммерциализации инноваций.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Инновационная деятельность организации зависит от развития ее инновационного потенциала. Существенной проблемой в организации является вопрос о том, как идентифицировать и впоследствии количественно её оценить. В целом потенциал характеризует степень возможностей исследуемого объекта, которые доступны для достижения желаемого эффекта. Мы понимаем желаемый эффект как преобразование из существующего состояния в целевое состояние.

III. ТЕОРИЯ

В связи с необходимостью создания и коммерциализации инноваций необходимо различать:

1. Инновационный потенциал продукта. Продукты и услуги – это товарные продукты человеческого труда, которые должны быть способны удовлетворять требованиям потенциального потребителя. Именно поэтому первым естественным объектом исследования является продукт.

2. Инновационный потенциал людей. Человек имеет способность изобретать, разрабатывать и внедрять новые продукты. Следовательно, еще одним объектом исследования является человек.

3. Инновационный потенциал организации. Для создания инноваций и их коммерциализации необходимо получить материальные и нематериальные ресурсы. Обычно рабочая среда организации - это среда, которая позволяет соединить инновационный потенциал отдельных лиц и рабочих групп с инновационным потенциалом сетей знаний [1].

Далее рассмотрим различия в инновационном потенциале продукта, инновационном потенциале людей, формирующих эти инновации, и инновационном потенциале организации.

1. Инновационный потенциал продукта.

Глобальные рынки требуют целенаправленного создания конкретных продуктов. Мы рассматриваем, насколько предлагаемый продукт (P) соответствует конкретной среде (потребителю), и что ожидается от продукта для достижения успеха. Просто для того, чтобы ответить на эти вопросы, необходимо изучить инновационный потенциал продукта. С системной точки зрения важно выбирать такие подходы, которые постоянно оценивают потенциал, потому что это недавно созданный товарный продукт, экономически эффективный, экологически благоприятный, готовый к производству, соответствующий законодательству и приемлемый для людей. В связи с этим для достижения успеха необходимо систематизировать эти условия.

В ходе инновационных проектов иноватор должен максимально использовать инновационный потенциал предлагаемого продукта, максимизируя следующие параметры: конкурентоспособность (p1), экономическую эффективность (p2), экологичность (p3), технологию (p4), законодательство (p5) и культуру (p6).

$$\max \quad P = \max \quad f(p_1, p_2, p_3, p_4, p_5, p_6) \tag{1}$$

Установив критерии оценки для p1-p6, можно направлять принятие решения уже при решении подзадач инновационного проекта.

Инновационный потенциал продукта – это характеристики продукта, которые через эти параметры выражают его возможную коммерциализацию. Инновационный потенциал продукта может быть увеличен путем приведения его параметров в соответствие с ожидаемыми требованиями рынка. Условием является то, что ни один из параметров продукта не является прямым нарушением ожидаемых требований рынка.

Можно оценить потенциальный успех инноваций по ключевым параметрам, влияющим на мировой рынок. Это принципиально новый взгляд, исключающий субъективную количественную оценку сильных и слабых сторон продукта.

2. Инновационный потенциал людей

Инновационный потенциал людей (отдельных лиц, групп, человечества) относится к возможности изобретать, разрабатывать и внедрять продукт, который пользуется успехом у потребителей. Потребность изобретать связана с творчеством. Креативность означает набор характеристик, которые дают людям возможность создавать новый продукт или новый процесс благодаря изменениям в человеческом сознании. Знание о развитии креативности позволяет использовать результаты научных исследований в области психологии, медицины и менеджмента. Знание того, что каждый творческий индивид является носителем инновационного потенциала, имеет важное значение для изучения инновационного потенциала людей. Инновационный потенциал индивида может быть выражен как функция трех параметров $i_{1\text{-}3}$.

$$IP_I = F(i_1, i_2, i_3) \quad (2)$$

где IP_I – инновационный потенциал индивидов;

i_1 – мотивация индивида, его способность и готовность к сотрудничеству, его личная заинтересованность в достижении цели, смелость и желание или потребность создать что-то новое;

i_2 – явное и неявное знание индивида;

i_3 – рабочая среда.

Инновационный потенциал определенной группы людей формируется за счет вклада сотрудничающих индивидов. Это может быть выражено через инновационный потенциал отдельных членов группы.

$$IP_{PE} = F(IP_{I1}, IP_{I2}, \dots, IP_{In}) \quad (3)$$

где IP_{PE} – инновационный потенциал людей

IP_{Ix} – инновационный потенциал индивидуума,

n – количество членов группы.

Стимулирующим элементом в максимизации вышеуказанных параметров является эффективное сотрудничество. Инновационный потенциал личности заключается главным образом в ее открытости к принятию новых знаний и готовности сотрудничать. Индивид - источник хороших идей, но нуждается в коллегах для своего развития и реализации идей. Внедряя соответствующие формы организации труда (например, командную работу), мы можем добиться еще большего увеличения синергетического эффекта от использования инновационного потенциала отдельных людей [2].

3. Инновационный потенциал организации

Для обеспечения стандартной работы организации требуются значительные усилия и ресурсы. Однако, если организация должна развиваться, необходимо осуществлять мероприятия по развитию. Создать и поддерживать инновационную организацию возможно, если будет оказана значительная поддержка использованию инновационного потенциала отдельных лиц и групп. Это означает предоставление информационных, материальных и финансовых ресурсов, необходимых для достижения целей, поставленных в отношении использования инновационного потенциала людей.

Инновационный потенциал организации является функцией всех имеющихся у нее ресурсов. Эти ресурсы можно разделить на четыре основные группы, при этом необходимым условием для этого процесса являются достаточные средства. Инновационный потенциал организаций может быть, таким образом, выражен следующим образом:

$$IP_O = F(r_1, r_2, r_3, r_4) \quad (4)$$

где IP_o – инновационный потенциал организации

r_1 – люди (инновационный потенциал людей)

r_2 – информация (технология, лицензии, патенты, товарный знак, коммерческая тайна и т.д.)

r_3 – материалы (материальные активы, техническое оборудование, материалы, энергия и т.д.)

r_4 – фонды

Инновационный потенциал организации относится к способности организации координировать работу отдельных лиц, рабочих групп и развивать связи в сети сотрудничающих организаций, чтобы добиться успеха у

клиентов. Для использования инновационного потенциала организации также необходимо обеспечить эффективную организацию и рабочую среду [1].

Ни отдельный человек, ни группа, ни организация не в состоянии самостоятельно использовать потенциал знаний, содержащихся в глобальной бизнес-среде. Богатство всего ассортимента дисциплин и потенциал знаний, скрытый в отдельных организациях, не может быть использован без создания сетей и коллег-новаторов [2]. Создание сетей и скоординированное сотрудничество могут укрепить инновационный потенциал каждой из вовлеченных организаций.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Создание инновационного климата в организации. Успех инноваций существенно влияет на инновационную среду внутри организации. Нижеследующие выводы сформулированы в качестве предварительных условий и контекста, которые должны быть приняты всеми работниками, участвующими в инновационной деятельности и в процессе создания подходящей среды.

В настоящее время при управлении инновациями необходимо работать с большим количеством видов деятельности и знаний. Чтобы лучше понять взаимосвязи, которые необходимо учитывать при создании инновационной среды в организации, разработана размерная модель (рис. 1). В этой модели первое измерение посвящено деятельности в процессе внедрения инноваций (по отношению ко второму и третьему измерениям). Процесс можно разделить на фазу генерации идей (а) и фазу решения инновационных проектов (б). На этих этапах проводится несколько вспомогательных мероприятий. Второе измерение модели фокусируется на деятельности, связанной с необходимостью получения необходимых ресурсов для создания инноваций. Это людские, материальные (в том числе финансовые) и информационные ресурсы. Последнее и наиболее проблемное измерение фокусируется на четырех основных сферах, в которых сосредоточен большой потенциал для разработки инновационных решений.

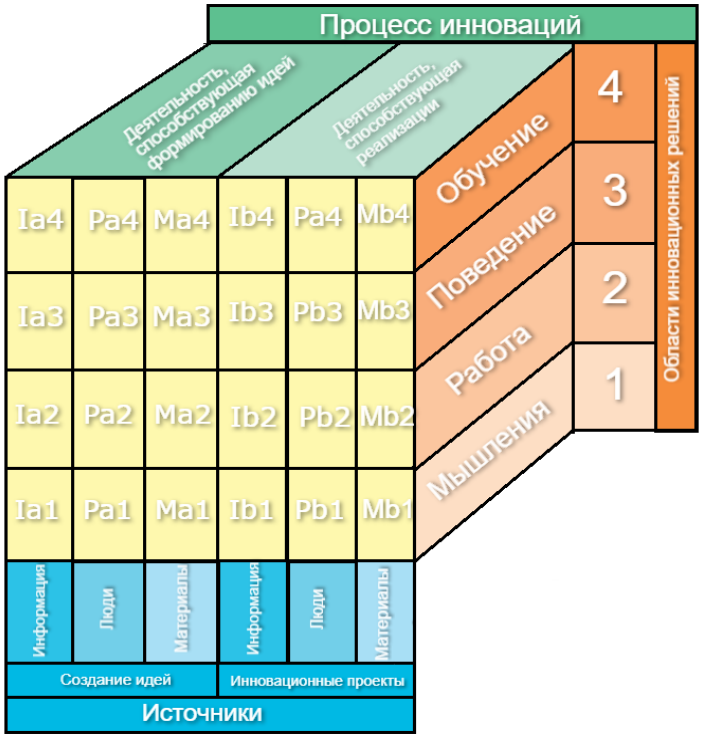


Рис. 1. Деятельность, поддерживающая инновации

Результаты анализа в области конкретных вспомогательных мероприятий (для новых инноваций) происходящие в любой организации процессы, которые могут быть изменены и скорректированы, привели нас к предложению четырех базовых сфер. Это:

1. Область мышления – к которой явно относятся философия и стратегия, отражающие образ мышления тех, кто сосредоточен на будущем.

2. Область работы (исполнения) – состоящая, в частности, из процессов, организация работы, методы и приемы, используемые в рабочих процессах.

3. Область поведения – отражает способность развивать интеллектуальный потенциал и партнерские отношения в относительно открытой бизнес-среде.

4. Область обучения на основе опыта – представляет собой внедрение управления знаниями.

Это измерение позволяет нам определить действия, выполняемые менеджерами, которые влияют на мышление, работу, поведение и процесс обучения сотрудников организации.

Особое преимущество этой модели заключается в том, что она систематизирует деятельность в рамках вышеупомянутых трех измерений. Это позволяет создать особые условия труда, необходимые для повышения вовлеченности работников в инновационную деятельность. Более того, модель обеспечивает структуру, которая может постоянно обновляться, включая в нее новые виды деятельности в организациях.

В следующих разделах интерпретируются отдельные виды деятельности, разбиваемые в соответствии с моделью, представленной на (рис. 2), и формулируются ключевые замечания к их прорыву. Их понимание играет серьезную роль в достижении успешных инновационных процессов.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

1. Инновационные решения в области мышления.

Взгляд в будущее - один из столпов инноваций. Область мышления решает за другую область, принимая во внимание, что новаторам особенно необходимо овладеть мышлением в долгосрочной перспективе.

а) Этап продвижения генерации идей

Информация. В этой области высшее руководство должно представить значение инноваций для будущего, использовать терминологию в области инноваций и найти подходящий информационный канал. Это способ заинтересовать сотрудников в вовлечении в разработку чего-то нового. Если у людей есть четкое представление о том, что такое инновации и как инновации могут повысить нашу конкурентоспособность, их мышление будет настроено на улавливание стимулов (сигналов) изменений как во внутренней, так и во внешней среде.

Общее видение, понимание того, как компания должна развиваться с помощью инноваций, в сочетании с искренней поддержкой инновации будут отражены также в деятельности, осуществляемой новаторами. Правильная информация поддерживает смелость идти на риск неудачи, смелость, необходимую для укрепления уверенности в себе, отличительной черты новаторов.

Люди. Появление новых идей можно поощрять, когда о людях не только будут говорить как о самом ценном ресурсе компании, но и к ним действительно будут относиться как к таковым. Если сотрудники приобретают новые навыки и придумывают идеи, как их использовать, менеджеры должны поддерживать их в этом. Вопрос мотивации и вознаграждения сотрудников также тесно связан с этой темой.

Деятельность, выполняемая сотрудниками, связанная с работой с новыми знаниями и их использованием, может быть поддержана также организационными мерами. Обмен знаниями и идеями требует определенной психологической готовности к открытому поведению и готовности передавать результаты своей работы на благо всей организации.

Организационные и материальные ресурсы. Сегодня обеспечение материальными ресурсами и техническим оснащением рабочего места является обычно это не проблема [4]. Проблема заключается в их эффективном использовании новаторами. Предпосылкой для их надлежащего использования является то, что они будут органично интегрированы в существующие организационные структуры.

Если организационная среда поощряет инновации, позволяет принимать гибкие решения, дает время и пространство для изучения даже кажущихся необоснованными идей, позволяет работать в команде и поощряет экспериментирования, то мы можем говорить об организационной среде, стимулирующей зарождение и внедрение инноваций [5].

б) Сопровождение этапа реализации инновационных проектов.

Информация. Менеджер, принимающий решение об инициировании инновационного проекта, должен осознавать тот факт, что:

1) Должна быть четкая связь между инновационным проектом, который должен быть реализован, и бизнес-стратегией.

2) Он должен обладать достаточной информацией о методологиях, методах и процедурах, подходящих для управления инновационными проектами.

3) Решение инновационных проектов требует также знания метрик и методов оценки успеха проекта.

Люди. Философия управления компанией включает в себя поиск и использование квалифицированных и творческих людей, а также вовлечение их в развитие организации. Этот подход практически проявляется в том, что команды компании получают гибкие цели, предоставляя ответственным людям возможность принимать решения о том, как их решать. Когда им предоставляется такая свобода, они чувствуют уверенность в своих способностях, и это может быть сильно поддержано инструментами управления знаниями.

Успех инновационных проектов может быть поддержан привлечением или приобретением работников из других областей или отраслей. Необходимое развитие потенциала знаний организации также поддерживается концепцией так называемых открытых инноваций, целью которых является активизация лучших умов во внешней среде в поиске решений сложных проблем.

Организационные и материальные ресурсы. Здесь решающим фактором является образ мышления исполнительных менеджеров и акцент на приобретении и распределении ресурсов. Если генерируются полезные идеи, которые, однако, неприменимы в самой организации, возможности их использования в следует искать партнерские сети, продавать их или защищать промышленными патентами.

Система управления инновационными проектами должна быть достаточно гибкой, чтобы позволять реализовывать как небольшие (быстрые), так и крупные (более трудоемкие) проекты.

2. Инновационные решения в области работы.

Уровень бизнес-процессов обеспечивает хорошо структурированную информацию, которая может быть использована на этапе генерации идей, а также непосредственно при реализации инновационных проектов.

а) Этап продвижения генерации идей

Информация. С точки зрения, ориентированной на процесс, суть здесь в том, чтобы обезопасить, сохранить и распространить полученную информацию, а также связанные с ней идеи, зародившиеся в компании. Способность реагировать на инновационные стимулы, поступающие из окружающей среды, и использовать их с пользой требует, чтобы организация внедрила продуманный метод их передачи. Для новаторов информация является ключевым ресурсом. Поэтому целесообразно установить четкие процедуры, понятные каждому сотруднику организации, касающиеся:

1) оценки новых событий и разработок продуктов, технологий и рынков;

2) создания баз данных знаний;

3) использование отличных идей, которые не вписываются в наш бизнес;

4) вовлечение всех отделов в разработку новых продуктов и процессов;

5) использование методов передачи знаний из других секторов.

Люди. Подготовка людей к тому, чтобы они вели себя как новаторы, является одним из наиболее важных процессов, и следует стремиться к тому, чтобы в него было вовлечено как можно больше сотрудников. По этой причине желательно дополнять обычные процессы обучения мероприятиями, поощряющими интерес сотрудников к:

1) систематическому поиску новых идей;

2) улучшению отношений с нашими партнерами и клиентами;

3) активному участие в инновационных процессах.

Организационные и материальные ресурсы (Ма2). Чтобы поддержать людей в генерировании идей, полезно, если у них есть контакт с окружающей средой. Важно выбрать правильные методы технической поддержки и соответствующие процессы получения необходимых ресурсов.

Генерирование идей стимулируется не только вспомогательной технологией. Это требует установления личных контактов, посещения научные встречи, стажировки и другие подобные мероприятия.

б) Сопровождение этапа реализации инновационных проектов

Информация. Если мы посмотрим на проверенные методологии инновационного управления проектами, то увидим, что качество информации, полученной на подготовительном этапе, может решить успех проекта. Последовательная подготовка информации и дисциплина в документировании этой информации всегда доказывают ее ценность на более поздних этапах проекта.

Люди. Фактический процесс предоставления инновационного проект всегда зависит от сотрудничества членов команды. Успех проекта в значительной степени зависит от убежденности в правильности процедуры, взаимной уверенности в способностях других членов команды и согласия с тем, что цель проекта реалистична [3].

Опыт работы с инновационными проектами показывает, что особенно важно, чтобы сама проектная команда была убеждена в правильности поставленных целей.

Организационные и материальные ресурсы. С организационной точки зрения важно, чтобы процессы созданы условия для эффективного управления разработкой нового продукта от дизайна до его маркетинга. Это требует поддержки методологического опыта. Такая методологическая основа может быть обеспечена за счет внутренних ресурсов или может быть приобретена путем найма специализированной консалтинговой фирмы.

3. Инновационные решения в области поведения.

В этом разделе основное внимание уделяется тем видам деятельности, которые не были выделены в предыдущих областях, хотя они являются необходимыми предпосылками для внедрения инновационных решений.

Информация. Чтобы получить информацию, которая может привести к исключительным идеям, необходимо получить различные точки зрения. Самый простой способ сделать это - использовать неформальные связи с людьми из других профессиональных областей или отраслей. Однако этот подход также требует людей, обладающих знаниями и обучение навыкам эффективного общения. Аналогичным образом, каждая активная ссылка на исследовательское и технологическое сообщество может генерировать идеи, которые являются не только результатом совместных усилий, но и zдают возможность достичь и углубить взаимное уважение.

Люди. Оснащение персонала надлежащими знаниями для инноваций является ключевой проблемой, которую должны решать менеджеры в инновационной организации.

Развитие интеллектуального потенциала может быть достигнуто путем целенаправленного образования и профессиональной подготовки. Чтобы определить профессиональные навыки и уровни квалификации для уже существующих должностных функций, организации устанавливают стандартизированные рутинные процессы. Реальная проблема заключается в том, как определить, какие знания будут понадобится в будущем.

По этой причине обучение менеджеров организации должно быть сосредоточено на навыках лидерства, развитии и поддержке креативности в рамках человеческих ресурсов организации.

Организационные и материальные ресурсы. В дополнение к правильно созданной организационной среде, позволяющей создавать и поддерживать высокоразвитые творческие команды, необходимо уделять достаточное внимание вознаграждению. Даже самый одаренный и преданный своему делу сотрудник – это человек, чьи усилия, идеи и достигнутые результаты должны быть оценены по достоинству.

Все наши знания о мотивации будут полезны нам, только если мы попытаемся понять, что на самом деле является для новаторов самым полезным способом оценить свои достижения.

4. Инновационные решения в области обучения.

Пройдя по предложенной модели (рис. 1), мы перешли от уровня, где определяется основное направление (область мышления), через процессы к людям и поведению новаторов.

На этапах генерирования идей и реализации инновационных проектов основное внимание следует уделять тем видам деятельности, которые способствуют развитию обучающегося предприятия.

Информация. Чтобы получить идеи и обзор, необходимо заглянуть дальше, за границы данной области или отрасли. Мы стараемся выявлять и понимать потребности наших клиентов, которые могут предоставить нам новые идеи и материалы для с чем мы имеем дело. Таким образом, мы используем возможность учиться и у наших клиентов.

Важно понимать, что, решая проблемы, мы также учимся. Только тогда у нас будет повод задокументировать извлеченные уроки и повторно использовать их позже. Затем мы можем зафиксировать то, что мы узнали, чтобы это также могло быть использовано другими сотрудниками организации.

Люди. Члены творческих коллективов ищут в своей работе внутреннюю выгоду. Убежденность в значимости того, что мы делаем, и способность оглядываться назад на этот процесс пройденный, позволяет нам учиться на собственном опыте и рассматривать его как часть экспериментов.

Если мы знаем, что проблемы стимулируют мышление, мы можем сознательно приобрести привычки творчески мыслящих людей. Это поддерживает нашу склонность использовать знания. Хотя каждому из нас присущ потенциал творчества, его развитие связано с работой – активным участием в процессе создания новых вещей. Совместная работа и атмосфера взаимного уважения позволяют обмениваться идеями и обогащать друг друга.

Организационные и материальные ресурсы. В настоящее время у нас есть возможность решать проблемы и учиться не только в реальной среде наших организаций, но мы также можем извлечь выгоду из виртуальных рабочих сред [5]. Это позволяет нам использовать принципиально новый способ изучения вариантов инновационных решений.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Организации ищут возможности для повышения своей эффективности и конкурентоспособности на мировых рынках. Инновации вносят решающий вклад в это. Но проблема заключается в том, как мобилизовать эффективность организации для поддержки создания и коммерциализации инновационных решений. В настоящем документе основное внимание уделяется этой области и представлен возможный подход к оценке инновационного потенциала организаций, а также представлена трехмерная модель, иллюстрирующая сложные взаимосвязи в процессе инноваций.

Целью предложенной модели было создание структуры из системы поддержки инновационной среды, необходимая для успешных инновационных процессов в организации. Для создания инновационной среды мы можем использовать больше подходов и процессов. Представленная модель была основана на изучении имеющихся инновационных теорий, представленном опыте инновационной практики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Митрофанова И. А., Тлисов А. Б., Иванов Н. П. [и др.]. Оценка и совершенствование инвестиционно-инновационной деятельности предприятия: моногр. М.: Берлин: Директ-Медиа, 2018. 98 с.

2. Кикоть В. А. Маилян С. С., Грядовой Д. И. Наука управления. Основы организации и управления в правоохранительной деятельности. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 751 с.

3. Климова Л. А. Инновационное развитие предприятия: моногр. Могилев: Белорус.-Рос. ун-т, 2017. 215 с.

4. Цителадзе Д. Д. Развитие форм и методов взаимодействия субъектов инновационной деятельности : моногр. М.: ЭКЦ «Профессор», 2019. 134 с.

5. Рубан О. В. Применение инновационного подхода организации коммерческой деятельности предприятий // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2020. № 9. С. 67–71.

УДК 334.758.6:336.71

АНАЛИЗ ПРАКТИКИ ПРОВЕДЕНИЯ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ

К. И. Грибов

Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия

K. I. Gribov

Financial University under the government of the Russian Federation, Moscow, Russia

Аннотация. В работе приведен анализ практики проведения слияний и поглощений в банковском секторе экономики. Доказано, что эффективные и хорошо организованные финансовые учреждения, как правило, расширяют свой рынок или маневрируют за пределами национальных границ посредством прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в форме трансграничных слияний и поглощений. Данная стратегия также оказывает прямое или косвенное внешнее или побочное влияние на деятельность банков.

Ключевые слова: слияния и поглощения, инвестиционный банкинг, банковский сектор.

ВВЕДЕНИЕ

В эпоху развитой конкурентной деловой среды, финансового расширения, технологических инноваций, структурной модификации финансовой системы и требований к финансовым продуктам все финансовые учреждения должны столкнуться с многочисленными проблемами и соответствующим образом изменить свой подход к ведению бизнеса. Чтобы не отставать от этих меняющихся тенденций, всем финансовым учреждениям необходимо придерживаться стратегии выживания в конкурентном деловом мире.

Слияния и поглощения — одна из самых известных стратегий, позволяющая адаптироваться к меняющимся условиям ведения бизнеса. Согласно теории эффективности, суть и особая алхимия слияний и поглощений заключается в синергии. Несмотря на то, что основным итогом слияний и поглощений является синергия, элемент необходимости не менее важен. В некоторых случаях, например, в начинающем банке, неспособном конкурировать, столкнувшемся с финансовыми трудностями и неспособном соблюдать нормативные требования о капитале, активах и т. д., взвешенного с учетом риска, слияния и поглощения могут стать в первую очередь необходимостью. Следовательно, становится необходимым, чтобы банки были объединены или приобретены другими зрелыми и стабильными финансовыми учреждениями для улучшения благосостояния проблемной организации и увеличения прибыли обоих организаций.

Сегодняшний бизнес не ограничивается внутренней ареной. Он пересек национальную границу. Эффективные и хорошо организованные финансовые учреждения, как правило, расширяют свой рынок или маневрируют за пределами национальных границ посредством прямых иностранных инвестиций (ПИИ) в форме трансграничных слияний и поглощений. Эта стратегия также оказывает прямое или косвенное внешнее или побочное влияние на деятельность банков.

Деятельность банков по слиянию и поглощению быстро растет на фоне глобального финансового кризиса, финансового дерегулирования и рыночной конкуренции в развитых и развивающихся странах.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью статьи является детальное рассмотрение и анализ факторов, связанных со слияниями и поглощениями, влияние теории эффективности и теории ресурсной зависимости на слияния и поглощения с целью установления новых взаимосвязей и подтверждения, открытых ранее.

III. ТЕОРИЯ

Есть несколько факторов, которые могут прямо или косвенно повлиять на сделку по слиянию и поглощению. Факторы, связанные с деятельностью по слияниям и поглощениям, рассматриваются следующим образом:

Причины слияния одного финансового учреждения с другим учреждением связаны с обоснованием и движущими силами. Рациональное указывает на стратегическую реализацию, тогда как драйверы указывают на контроль над мощностью экономики.

Размер также создает дополнительное давление на менеджеров из-за сложности управления крупными учреждениями. Говорят, что слияния не всегда выгодны, поскольку они могут сделать фирмы более агрессивными, когда они конкурируют в количестве. Многие эксплуатационные расходы не увеличиваются пропорционально размеру компании. [1]

Учреждение участвует в слияниях и поглощениях с несколькими намерениями: выйти на новые рынки, как национальные, так и международные, использовать стратегические возможности (вызовы) за счет синергии и конвергенции отраслей, сократить количество конкурентов, расширить и получить новые интегрированные знания, чтобы комбинировать передовые технологии, чтобы получить доступ к лучшим и большим ресурсам, добиться большей эффективности за счет эффекта масштаба и охвата, а также увеличить рыночную власть.

Слияния и поглощения происходят для достижения эффекта масштаба. Банк может легко получить экономию за счет масштабирования, удерживая наличные деньги (т. е. наличные деньги и другие депозиты в другом банке) и ценные бумаги (т. е. ценные бумаги, предназначенные для обеспечения ликвидности). Это подтверждает мнение о том, что программа слияний и поглощений была вызвана экономическими причинами

Кроме того, существует два способа, которыми покупатель может завладеть целевыми банками, т. е. либо путем слияния в соответствии с законом, либо путем покупки активов. Они утверждают, что это действие может привести к повышению акционерной стоимости, повышению эффективности и усилению операционной синергии и управленческих мотивов. Они разделили факторы на три основных типа:

1. цели максимизации благосостояния акционеров,
2. личная заинтересованность руководства,
3. другие факторы, способствующие созданию благоприятной среды для слияний и поглощений.

Приобретения осуществляются с целью улучшения качества портфеля приобретенных банков за счет увеличения размера банка.

В банковской сфере во многих исследованиях использовалась теория эффективности и теория ресурсной зависимости. Согласно теории эффективности, предполагается, что слияния запланированы и будут происходить только тогда, когда ожидается, что они создадут достаточное реализуемое взаимодействие, чтобы сделать сделку выгодной для всех сторон и участников торгов. Синергия может быть в форме снижения затрат или увеличения доходов. Именно симметричные ожидания прибыли приводят к предложению и принятию «дружественного» слияния. Если прирост стоимости не является положительным и не достает до целевых показателей, предполагается, что целевая фирма не продаст или не согласится на приобретение.

Теория эффективности и теория ресурсной зависимости определяется как объяснение того, как внешние ресурсы, такие как квалифицированные рабочие, деньги, технологии, сырье организации влияют на поведение указанной организации. Ресурсы фирмы состоят из материальных активов, человеческих и других нематериальных активов, которые используются для производства производственных услуг, запланированных фирмой. Кроме того, члены совета директоров вносят свой вклад в важные внешние ресурсы и могут максимизировать производительность фирмы. [2]

Таким образом, теория эффективности и теория ресурсной зависимости может объяснить влияние социальных действий и организационных изменений на организацию и впоследствии предлагает внешне ориентированную точку зрения на то, почему компания может приобрести или слиться с другой компанией.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В настоящее время бизнес не только связан с внутренней ареной, но и пересекает национальные границы. Эффективные и сильные финансовые институты склонны расширять свой рынок или маневрировать за пределами страны. Это может быть достигнуто за счет прямых иностранных инвестиций (ПИИ), которые включают два подхода, а именно инвестиции в стартапы и закупки новых компаний. Второй подход может включать трансграничные слияния и поглощения. Однако в определенной степени ПИИ посредством трансграничных слияний и поглощений способствуют внешнему или побочному воздействию на деятельность банков.

Однако, существует риск неплатежеспособности в трансграничных слияниях и поглощениях. Если приобретение иностранного объекта терпит неудачу и платежеспособность местного банка (покупателя) находится под угрозой, банк-покупатель может быть спасен либо своим собственным внутренним регулирующим органом, либо принимающим регулирующим органом (регулирующим органом целевого банка). Следовательно, трансграничные слияния могут иметь меньше преимуществ для одной или обеих сторон, т. е. для внутреннего (эквайрер) и регулирующего органа принимающего банка (цель). Это общепринятое мнение основано на традиционном представлении о том, что для банка лучше не класть все свои «яйца в одну корзину», и поэтому географическая диверсификация является естественным риском, который необходимо должным образом учитывать.

Таблица 1

Резюме исследований, связанных с влиянием слияний и поглощений на деятельность банков [3]

Author(s)	*Sample of study*	*Variables*	*Methodology*	*Findings*
Daniya et al. (2016)	Nigerin banks, 2002-2008	ROA , ROE	SPSS (descriptive statistics)	Bank witnessed improved and robust financial performance.
Rao-Nicholson, Salaber & Cao (2016)	Banks in ASEAN Countries, 2001-2012	Return on Assets (ROA), sales margin	Cross sectional OLS model.	The industry-adjusted operating performance tends to decline in the years years following an M&A deal.
Abbas, Q., Hunjra, A. I., Azam, R. I., Ijaz, M. S., & Zahid, M. (2014).	Islamic Financial Institutions (IFIs) in the UK, 1984-2014	Total accrual, total accounts receivable, total inventories, total taxes payable, and, total other current liabilities.	Regression as well as difference-in difference estimation	Increase earnings by cost cutting discretionary expenses.
Kandil & Chowdhury (2014)	UK, Banks, 1999 to 2009	ROA, ROI, bank size (bank's revenue), Financial leverage.	Regression model	ROE and ROI increases after M&A. Target shareholder enjoy short term positive rerun. The announcement of M&A has immediate effect on the share price.
Sufia&Habibullah (2014)	Malaysian banks	Income diversification and operating expenses	Non-parametric 'frontier'-oriented Malmquist productivity index (MPI), central tendency ordinary least square (OLS) and fixed effects (FE) panel regression methods	The acquiring banks have been relatively more productive compared to the target banks and banks in the control group.

Региональный фактор препятствует трансграничным слияниям и поглощениям. В каждом регионе действуют разные правила и нормы, установленные регулирующими органами. Деятельность по слиянию и поглощению можно рассматривать как средство управления зависимостью от ресурсов посредством поглощения и интеграции на низко затратной основе, а также приобретения или консолидации позиции на рынке.

Как внутренние трансграничные слияния и поглощения, так и ПИИ в новые предприятия привлекают принимающую страну (цель) за счет таких возможностей, как увеличение дохода на душу населения, а также снижение ставок корпоративного налога. Тем не менее, фирма из страны происхождения (участник торгов), как правило, предпочитает трансграничные слияния и поглощения, а не ПИИ в новые объекты, когда принимающая страна обеспечивает соблюдение законов о правах интеллектуальной собственности. Кроме того, в зависимости от потенциального экономического роста принимающей страны слияния и поглощения имеют большой потенциал для усиления внутренней конкуренции, что может привести к высокому экономическому росту. [4]

Размер банка также не менее важен для принятия решения об инвестировании за границей.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В среднем мы обнаружили, что согласованность стратегий эффективности и депозитов партнеров по слиянию повышает эффективность как внутренних, так и международных слияний и поглощений. Для внутренних слияний мы также обнаружили пагубное влияние на результаты различий в доходах, кредитных и депозитных стратегиях, в то время как различия в их капитализации и инвестициях в технологии и финансовые инновации улучшают результаты. Напротив, для трансграничных слияний и поглощений различия в их стратегиях в отношении кредитов и кредитных рисков способствуют повышению эффективности, в то время как отсутствие согласованности в их стратегиях капитализации, технологий и финансовых инноваций является контрпродуктивным с точки зрения эффективности. Это подтверждает часто упоминаемые трудности интеграции институтов с совершенно разной стратегической направленностью.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, общая картина такова, что крупные и в целом более эффективные банки поглощают относительно менее рискованные более мелкие учреждения с более диверсифицированными источниками дохода. Во многих отношениях финансовые характеристики участников торгов и целей, участвующих в консолидации внутри страны, аналогичны характеристикам трансграничных сделок. Основные различия связаны с размером и производительностью после слияния

Что касается влияния слияний банков на производительность, то наблюдается повышение производительности после слияния, а также после трансграничных слияний. Улучшение производительности также подтверждается средним увеличением доходности. Банки, участвующие в слияниях внутри страны, в среднем демонстрируют улучшение результатов.

Что касается различий между внутренними и международными сделками по показателям взаимозависимости по нескольким стратегическим переменным, цели и участники торгов сильно различаются с точки зрения их кредитного риска, внебалансовых позиций и стратегических позиций по ликвидности. Они также различаются по структуре капитала, хотя и в меньшей степени.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Работа выполнена при поддержке департамента Финансовых рынков и финансового инжиниринга Финансового университета при Правительстве РФ.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Ковалева Наталия Алексеевна.

Автор благодарит департамент Финансовых рынков и финансового инжиниринга Финансового университета при Правительстве РФ, а также научного руководителя: к.э.н., доцент Ковалеву Наталию Алексеевну.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Блинов А. О., Угрюмова Н. В. Управление изменениями: учеб. М.: Дашков и Ко, 2014. 304 с.

2. Пирогов А. Н. Слияния и поглощения компаний: зарубежная и российская теория и практика. Менеджмент в России и за рубежом. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. 243 с.

3. Гохан П. А. Слияния, поглощения и реструктуризация компаний. М.: Альпина Бизнес Букс, 2019. 1035 с.

4. Смирнова Ю. Мотивы слияний и поглощений в банковском секторе // Казахстан. Экономика, вопросы и проблемы. 2018. С. 79–98.

5. Алтунбаш Ю., Маркес Д. Слияния и поглощения и деятельность банков в Европе: роль стратегических сходств // Журнал экономики и бизнеса. 2014. № 60 (3). С. 204–222.

6. Конина Н. Ю. Слияния и поглощения в конкурентной борьбе международных компаний. М.: Проспект, 2005. 152 с.

7. Маршак А. Эффективные слияния и поглощения // Executive.ru. URL: http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/338280/ (дата обращения: 10.10.2022).

УДК 334.752:657

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО АУТСОРСИНГА

А. В. Грошева, К. Р. Линде
Омский государственный технический университет, Омск, Россия

A. V. Grosheva, K. R. Linde
Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В статье рассматривается состояние рынка аутсорсинга бухгалтерских услуг в Российской Федерации и тенденции его развития, формы взаимодействия заказчиков и аутсорсеров в учетно-финансовой сфере. Целью статьи является анализ содержания и основных характеристик аутсорсинга бухгалтерских услуг, особенностей и путей его дальнейшего развития в России в современных экономических условиях. Исследование основано на анализе открытых источников информации. Особое внимание уделяется изучению публикаций российских и зарубежных авторов, оценке объема, состояния и перспектив развития рынка бухгалтерских услуг в России. В частности, выявлены факторы, влияющие на индустрию бухгалтерского аутсорсинга. Авторами сделаны выводы о подходах к оказанию аутсорсинговых услуг, определены основные перспективы развития бухгалтерского бизнеса.

Ключевые слова: аутсорсинг, бухгалтерский аутсорсинг, проблемы, перспективы.

I. ВВЕДЕНИЕ

Правильная организация бухгалтерского учёта и сдачи нужных отчётных документов в органы, осуществляющие контроль – наиболее важный элемент деятельности компании. На сегодняшний день компания может сама определять нанимать ей сотрудника для выполнения задач учёта в штат или обращаться за этой услугой в специальную организацию. Данный вид деятельности называется аутсорсинг.

Такое явление, как аутсорсинг в нашей стране появилось относительно недавно – около двадцати пяти лет назад. Понятие «аутсорсинг» с английского языка переводится как использование внешнего источника. Таким образом, концентрация всех усилий компании на основном виде деятельности и передача не входящих в этот состав операций квалифицированным партнёрам является аутсорсингом. Соответственно, такая модель ведения бизнеса в практике может оказаться более эффективной. [1]

Внедрение аутсорсинга увеличивает результативность функционирования компаний в сфере IT-технологий, снабжения персоналом, финансов, оказания услуг, то, что определенным способом может помочь фирмам уменьшить расходы, подстроится к новейшим обстоятельствам стремительно меняющегося мира, усовершенствовать свойство продукта и услуг, минимизировать риски.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Главной целью работы является анализ проблем и перспектив развития бухгалтерского аутсорсинга. Для достижения поставленной цели необходимо:

1. Дать определение понятию «аутсорсинг».
2. Изучить процесс оказания аутсорсинговых услуг и вытекающие из него проблемы.
3. Анализ российского рынка аутсорсинга бухгалтерских услуг.
4. Сделать вывод о перспективах развития бухгалтерского аутсорсинга.

III. ТЕОРИЯ

Бухгалтерский аутсорсинг означает передачу части бухгалтерских функций сторонней организации или дочерней компании, в целях сократить расходы, получить доступ к дефицитным навыкам или повысить конкурентоспособность. Распространенные примеры бухгалтерского аутсорсинга: расчет заработной платы, общий бухгалтерский учет, управление денежными средствами, обработка счет-фактур, аутсорсинг кредиторской задолженности и другие отраслевые процессы. Ранее аутсорсинг был системой, используемой только крупные организации, но в последнее время он стал новым фаворит среди малых и средних компаний. [2]

Самым большим преимуществом аутсорсинга бухгалтерского учета является экономия, которая возникает в результате отказа от ведения бухгалтерского учета собственными силами или ограничения его объема.

Необходимо подчеркнуть, что речь идет не только о сокращении расходов на оплату труда.

При данных обстоятельствах, помимо заработной платы сотрудников, компании не нужно оплачивать, например, вычислительную технику для бухгалтеров, их образование, нужный пакет прикладных программ и страхование риска упущений.

Фирма также избегает расходов на содержание бухгалтерских документов и организацию их оборота.

Следует добавить, что использование внешнего бухгалтера создает ряд преимуществ. Снижаются риски, связанные с возможностью бухгалтерских ошибок, компания может сконцентрироваться на своей основной деятельности (это особенно ценно для малых и средних предприятий), а главное - нет необходимости искать сотрудников на бухгалтерские должности.

Крупные компании и корпорации часто пользуются услугами бухгалтерских и финансовых гигантов с сотнями и тысячами сотрудников. Это дает им доступ к профессионалам в самых разных областях, что дает ощутимую экономическую выгоду в сфере налоговых и юридических услуг.

Эти преимущества аутсорсинга также не устраняют определенные риски, связанные с его внедрением.

– Риск репутационного ущерба. Это может быть результатом неадекватного обслуживания со стороны третьих лиц.

– Риск утечки информации. Это может произойти в процессе передачи полномочий по ведению бухгалтерского учета аутсорсеру.

– Операционные риски. Этот вид риска проявляется в том, что фирма-аутсорсер некомпетентна или использует несовершенную технологию.

– Риск невозможности своевременного реагирования: Реакция на бухгалтерские проблемы может быть значительно отсрочена.

– Риск, связанный с человеческими ресурсами. Этот риск возникает из-за законодательного исключения возможности передачи бухгалтерских услуг на аутсорсинг и ограниченного предоставления "аутсорсинговых" услуг другим компаниям (аутстаффинг). [3]

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Согласно исследованию, осуществленному компанией NeoAnalytics, общий размер сегмента аутсорсинга бухгалтерских услуг (охватывая процесс по оказанию бухгалтерских услуг, финансовый аудит и налоговый консалтинг) в 2020 году снизился на 6% и составил около 243,4 млрд рублей.

В составе по видам услуг максимальным спросом (более 70%) пользовались бухгалтерский и налоговый учет. Среди других предлагаемых услуг – вычисление оплаты труда, кадровый учет, подготовка отчетности по МСФО и РСБУ (рис. 1).



Рис. 1. Структура спроса услуг бухгалтерского аутсорсинга в 2020 году

В настоящее время в РФ зарегистрировано более 30 000 компаний, официально занимающихся бухгалтерским аутсорсингом. Около 1 миллиона компаний и индивидуальных предпринимателей пользуются услугами бухгалтерского аутсорсинга в России. [4]

Отечественный рынок бухгалтерского аутсорсинга быстро формируется и является одним из самых перспективных в России рынков. Развитию сегмента напрямую способствует государство, принимая меры по усилению контроля за сбором налогов и ведением бизнеса. Компании выбирают специалистов высокого уровня для выполнения своих требований. [5]

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

По итогам сказанного можно сделать вывод о том, что интерес представляет географическая концентрация организаций, оказывающих бухгалтерские услуги, по регионам и федеральным округам. Наибольшая концентрация организаций относится к городу Москве и Московской области, а также к городу Санкт-Петербургу и Ленинградской области. Такая группировка организаций по регионам обусловлена наибольшей концентрацией как малого, так и крупного бизнеса в центральном и западном федеральных округах. Наблюдается тенденция роста числа аутсорсинговых компаний в Приволжском федеральном округа в связи с переориентацией компаний центральных районов на более дешевый ценовой сегмент. В районах Восточной Сибири количество аутсорсинговых организаций сокращается.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, аутсорсинг набирает все большую популярность на отечественном рынке. Понятие бухгалтерского аутсорсинга включает обширный диапазон услуг: от информационных услуг до самого производства. Большинство экспертов отмечают большую перспективу в развитии данного вида предпринимательской деятельности. Использование всех возможностей делегирования бизнес-процессов поможет в значительной степени увеличить эффективность деятельности компании. Не обращая внимания на то, что на пути последующего становления аутсорсинга все ещё есть многое преград, он все более крепко укореняется в российской деловой практике.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Крамских А. С., Овчинникова И. В., Останина Е. В., Симонян С. Р. Бухгалтерский аутсорсинг в России // Вестник Кузбасского государственного технического университета. 2015. № 1 (107). С. 146–150.

2. Гильмиярова М. Р. Концептуально-понятийные основы развития аутсорсинга // Вестник Псковского государственного университета. Сер. Экономика. Право. Управление. 2015. № 2. С. 3–10.

3. Демяхина Е. В. Передача бухгалтерского учета на аутсорсинг // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2011. №1. С. 46–49.

4. Мухина И. С. Модель определения и передачи процессов на аутсорсинг // Экономика и предпринимательство. 2013. № 12. С. 609–611.

5. Логинов Д. Р. Бухгалтерский аутсорсинг в России: достоинства, недостатки и перспективы развития // Устойчивое развитие науки и образования. 2017. №4. С. 24–29.

УДК 338.2

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ: ПОНЯТИЕ, РОЛЬ, ХАРАКТЕРИСТИКИ

К. О. Захарченко

Омский государственный технический университет, Омск, Россия

K. O. Zakharchenko[1]

Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В статье раскрыты понятия недвижимости и экономической среды функционирования объектов недвижимости. Выделена роль экономической среды недвижимого имущества в формировании ситуации на рынках страны. Рассмотрены основные функции и задачи объектов недвижимости, как средств для удовлетворения личных и общественных потребностей. Определена экономическая сущность недвижимого имущества, а также выделены особенности, влияющие на социально-

экономическую ситуацию на рынке. Рассмотрены некоторые проблемы, которые предотвращает правильное функционирование объектов недвижимости в качестве экономических активов.

Ключевые слова: объект недвижимости, экономическая среда, признаки, функции, задачи.

I. ВВЕДЕНИЕ

Недвижимость занимает важное место в экономике нашей страны и является важной составляющей её национального богатства. Нынешняя экономика неотделима от функционирования рынка недвижимости.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью работы является выделение характеристик экономической среды функционирования объектов недвижимости.

Основными задачами являются:

1) дать определение недвижимости и выявить ее роль в жизни общества, выделить ключевые характеристики и признаки недвижимости, как специфического объекта в экономике;

2) систематизировать функции, которые реализуются через объекты недвижимости;

3) уточнить понятие экономической среды;

4) обобщить информацию об экономической среде, в котором функционируют объекты недвижимости, выделив ее значение и условиях российской экономки;

5) исследовать роль и экономическую и социальную значимость среды функционирования объектов недвижимости.

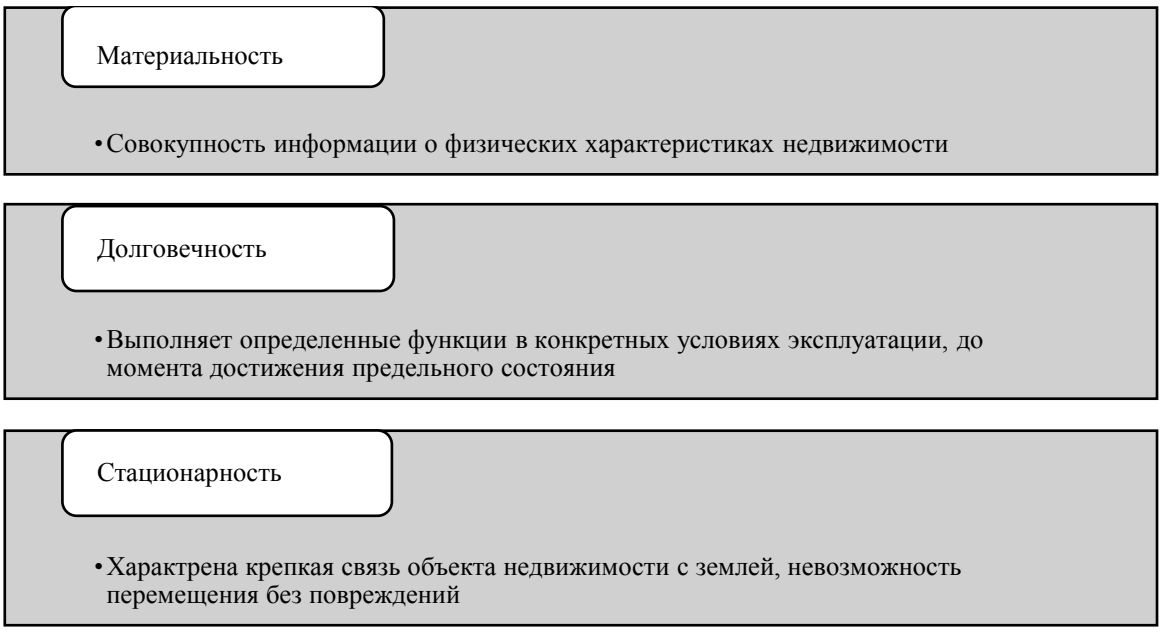
III. ТЕОРИЯ

Многие источники говорят о том, что недвижимость - это земля, природные территории, а также собственность, которая прикреплена к земле и неразрывно с ней связана. Это могут быть различные здания, постройки и сооружения [1]. Объекты недвижимости выступают в качестве источника дохода для целой страны, поэтому знания в сфере недвижимости способны обеспечить успешную предпринимательскую деятельность. Состояние рынка недвижимости напрямую влияет на экономическую ситуацию в стране.

Для каждого объекта недвижимости предопределены свои физические, экономические, социальные и правовые свойства, каждое из которых характеризует объект с той или иной стороны.

Недвижимость можно считать одним из самых эффективных материальных благ, приносящих стабильный доход. Такие понятия, как стоимость и цена, являются основными элементами при взаимодействии с объектами недвижимости. Они создаются за счет эффективности, функциональности и других характеристик, присущих тому или иному объекту недвижимости.

Недвижимость с точки зрения экономической выгоды можно охарактеризовать следующим образом: [5]



Рынок недвижимости широк и многообразен, поэтому сложно найти абсолютно одинаковые объекты. Каждый из них может отличаться расположением, инфраструктурой, материалами, предназначением и прочими характеристиками. Именно поэтому манипуляции, которые будут производиться с объектом, могут приносить разную пользу и выгоду его владельцу. В целом, недвижимость в качестве товара может удовлетворять потребности людей и общества в безопасности, эстетическом удовольствии и в знаниях [4].

Недвижимость как экономическое благо выполняет следующие функции:

1) Потребительская. Недвижимость выступает в качестве средства удовлетворения личных и общественных потребностей.

2) Производственная. Недвижимость - ресурс, с помощью которого можно производить товары и оказывать услуги с целью получения выгоды.

3) Обменная. Недвижимость является товаром для продажи, перепродажи с последующим получением прибыли, а также объект можно считать одним из финансовых инструментов, из-за которого физические и юридические лица приобретают долговые обязательства перед владельцем.

4) Финансовая. Объекты недвижимости являются капиталом, с помощью которого можно получать доход от аренды или продажи

Каждый из объектов недвижимости с точки зрения экономической сущности выполняет следующие задачи.

Во-первых, недвижимость в определенной мере способна сгладить отрицательный эффект воздействия человека на окружающую среду, обеспечивая при этом экологическую безопасность природы.

Во-вторых, объекты недвижимости являются предметами, характеризующими своеобразную свободу общества с точки зрения экономической и социальной ситуаций в стране.

Социальная роль недвижимости - это удовлетворение потребностей различных уровней отдельного человека и общества в целом.Ведь все необходимые блага, обеспечивающие жизнь человека, он получает в следствие взаимодействий с землей.

Недвижимость можно охарактеризовать, как социально значимый товар:

- размер территории на душу населения;
- уровень плодородия почвы и богатство недр;
- продуктивность лесов и насаждений для экологии;
- норма жилого помещения для социального найма;
- особенности недвижимости для обеспечения безопасности;
- соответствие характеристик объекта общественным предпочтениям и стандартам.

Экономическая среда - это набор экономических условий для развития бизнеса и предпринимательства. Она рассчитана на определенные условия, предполагающие экономическую и ресурсную свободы. Экономическая среда - это внешняя среда, определяемая набором объектов и способами их использования, набором экономических субъектов, взаимодействующих с недвижимостью, и их характеристиками. [3]

Совокупность всех перечисленных элементов экономической среды, по существу, составляет рынок, на котором функционирует исследуемый объект.

Таким образом, значительным элементом экономической среды функционирования объекта недвижимости является рынок недвижимости - взаимосвязанная система рыночных механизмов и отношений между хозяйствующими субъектами, обеспечивающая создание, передачу (обращение), эксплуатацию и финансирование объектов недвижимости.

Экономическая среда, в которой функционирует недвижимость, способна влиять на решение некоторых проблем, связанных с объектом:

1) передача прав на недвижимое имущество;

2) установление равновесных цен на недвижимость;

3) организация и координация отношений между субъектами рынка недвижимости;

4) перераспределение объектов недвижимости между вариантами их использования и участниками рынка.

Важность рынка недвижимости как значимого сектора рыночной экономики подтверждается несколькими фактами.

Во-первых, недвижимость - один из самых надежных и прибыльных материальных активов. Почти каждый объект может участвовать в рыночных отношениях субъектов: приносить выгоду от аренды, продажи или перепродажи.

Во-вторых, государство обогащается за счет налогообложения домохозяйств и других объектов недвижимости. [2]

В-третьих, высокий уровень доходов бюджета получены от первичной продажи и сдачи в аренду недвижимости, находящейся в государственной или муниципальной собственности.

В-четвертых, строительство, эксплуатация и обслуживание объектов недвижимости являются хорошими источниками рабочих мест для граждан, что влияет на уровень безработицы регионов и всей страны.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рынок недвижимости - это определенный набор механизмов, важный сектор национальной рыночной экономики, который представляет собой совокупность объектов недвижимости, действующих на рынке. Недвижимость занимает главное место в любой государственной структуре. Рынок недвижимости оказывает огромное влияние на все аспекты жизни людей, выполняя ряд общих и специальных функций: посредническую, социальную, регулирующую и т. д. Формирование и развитие такого рынка невозможно без наличия структур и услуг, обеспечивающих его функционирование. Недвижимое имущество и рыночные отношения, связанные с ним, формирую отдельный сектор экономики, в котором есть свои особенности взаимодействия субъектов и объектов.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Автор благодарит научного руководителя, канд. экон. наук, доцента Глущенко Марину Евгеньевну, за помощь в редактировании статьи, за предложения и замечания к предварительным версиям статьи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М, 1998. 476 с.

2. Коростелкина И. А., Воронкова Н. В. Рынок недвижимости в период пандемии: современные тренды и прогнозы // Тренды и управление. 2021. № 1. DOI: 10.7256/2454-0730.2021.1.33906. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-nedvizhimosti-v-period-pandemii-sovremennye-trendy-i-prognozy (дата обращения: 20.10.2022).

3. Лопатников Л. И. Экономико-математический словарь: словарь современной экономической науки. М.: Дело, 2003. 520 с.

4. Научно-технические достижения студентов, аспирантов, молодых ученых строительно-архитектурной отрасли: сб. науч. тр. VII Республ. конф. молодых ученых, аспирантов, студентов, 22 апр. 2021 г.: в 3-х т. Т. 2. Экономика, управление и информационные системы в строительстве и недвижимости. Макеевка: Изд-во ДонНАСА, 2021. 317 с.

5. Рягузова С. Е., Пархоменко И. В. Объекты недвижимости. Понятие, признаки, виды // Интерэкспо Гео-Сибирь. 2013. № 3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/obekty-nedvizhimosti-ponyatie-priznaki-vidy (дата обращения: 20.10.2022).

УДК 338.31:621.5.04

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ МОДЕРНИЗАЦИИ ХОЛОДИЛЬНОГО ЦЕХА НЕФТЕХИМИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

Е. М. Зюлин, Д. К. Мельников

Омский государственный технический университет, Омск, Россия.

E. M. Zylin, D. K. Melnikov

Omsk State Technical University, Omsk, Russia.

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы оценки экономической эффективности модернизации холодильного цеха нефтехимического производства. Приведено технико-экономическое обоснование, в котором описывается обоснование замены компрессорного оборудования, достоинства и недостатки поршневых и винтовых компрессоров, а также конденсаторов с различными видами охлаждения.

Ключевые слова: компрессор, конденсатор, модернизация, холодильная машина, экономическая эффективность.

I. ВВЕДЕНИЕ

Холодильная машина представляет собой устройство, служащее для переноса теплоты с низкого температурного уровня на более высокий. Решение этой задачи реализуется с помощью обратного термодинамического цикла, осуществляемого рабочим веществом, называемым хладагентом. Собственно, холодильная машина осуществляет отвод теплоты от охлаждаемых объектов, имеющих температуру более низкую, чем окружающая среда, и передачу этой теплоты последней. Холодильная машина состоит из четырех основных элементов; испарителя, конденсатора, компрессора и дроссельного вентиля.

В настоящее время поршневые компрессора, которые отработали свой нормативный срок заменяют на винтовые и центробежные компрессорные машины. Так оппозитные ПК с цилиндрами диаметром 280 мм полностью заменяются винтовыми компрессорами. Эта замена обусловлена рядом преимуществ, отражающих недостатки поршневых и достоинства винтовых машин. Отсутствие в процессе работынепосредственного контакта поверхностей роторов между собой, а также роторов и корпуса, обуславливает основное преимущество винтового типа компрессоров – высокую надёжность и долговечность, что повышает надёжность снабжения потребителей искусственного холода.

В настоящее время в холодильной технике применяют почти исключительно маслозаполненные двухроторные компрессоры. В результате подачи масла в рабочую полость винтового компрессора повышается производительность (за счёт уменьшения внутренних перетечек), значительно снижается температура пара при сжатии. Это позволяет упростить конструкцию компрессора, снизить частоту вращения, уменьшить шум, увеличить допустимое отношение давлений, повысить энергетическую эффективность, надёжность и долговечность.

К недостаткам винтовых маслозаполненных компрессоров относится наличие развитой системы смазки.

Бесступенчатое регулирование производительности, прямой привод ведущего ротора компрессора от двигателя, дальнейшие широкое использование компрессорных систем получили экспериментальное подтверждение своей эффективности.

При использовании винтовых маслозаполненных компрессоров следует учитывать, что часть отводимой теплоты передаётся воде, охлаждающей маслоохладитель, что уменьшает нагрузку на узел конденсации.

Конденсаторы. Величина давления нагнетания и конденсации паров хладагента является функцией температуры конденсации, которая зависит от величины температуры охлаждающей среды и эффективности работы конденсатора, влияющей в значительной степени на экономические показатели работы всей холодильной машины.

По виду охлаждающей среды конденсаторы классифицируются на воздушные и водяные

Конденсаторы воздушного и водяного охлаждения обладают рядом преимуществ и недостатков относительно друг друга. При сопоставлении воздушного и водяного охлаждения конденсаторов оказывается, что удельная теплоёмкость воды в несколько раз выше, чем у воздуха. Интенсивность теплообмена в водяных конденсаторах почти на порядок выше, чем у воздушных. Поэтому первоначально воздушное охлаждение применялось лишь в условиях ограниченности водных ресурсов и в малых холодильных машинах.

К основному недостатку воздушного охлаждения конденсаторов следует отнести повышение давления конденсации в летнее время, когда воздух теплее воды оборотных систем. Также следует отметить, что большая эффективность КВО приходится на осенне-зимне-весенний период, хотя величина эффективности не постоянна и меняется в течении года. Лишь в летний период с высокой температурой наружного воздуха эффективность конденсаторов водяного охлаждения выше. Чтобы повысить значимость, а в отдельных случаях и исключить недостатки, характерные для аппаратов с воздушным и водяным охлаждением предлагается использование комбинированного охлаждения узла конденсации. При этом необходимо установить оптимум в сочетании теплообменных поверхностей, охлаждаемых водой и воздухом, что позволит получить наиболее оптимальные режимы эксплуатации.

Испаритель предназначен для отвода теплоты от охлаждаемой среды, которая циркулирует между испарителем и объектом охлаждения и, в свою очередь отнимает от последнего теплоту. Эта промежуточная среда называется хладоносителем. Иногда в испарителе происходит непосредственный теплообмен между охлаждаемым объектом и хладагентом (воздухоохладители, батареи, технологические аппараты непосредственного охлаждения).

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В данной работе рассматривается расчёт компрессорного оборудования, выбор расчетного режима и расчет холодильного цикла, расчет и подбор теплообменного оборудования и замена теплообменных трубок в теплообменных аппаратах.

III. ТЕОРИЯ

В данной работе рассматривается расчёт компрессорного оборудования, выбор расчетного режима и расчет холодильного цикла, расчет и подбор теплообменного оборудования и замена теплообменных трубок в теплообменных аппаратах.

В первом этапе произведем расчет и замену компрессорного оборудования. Исходя из того, что в данном цеху были установлены аммиачные компрессорные агрегаты европейского происхождения, будет произведена замена на винтовые компрессорные агрегаты отечественного происхождения завода ОАО «Пензкомпрессормаш».

Данное решение было принято по нескольким причинам.

Преимущества этого решения:

– компрессорная станция обойдется значительно дешевле, чем компрессора европейского производства;

– гарантированный резерв (на случай плановых и вне плановых остановок);

– широкий диапазон производительности, что позволяет потреблять именно столько электроэнергии, сколько требуется для производства востребованного количества сжатого газа;

– использование нескольких установок одной модели значительно упрощает обслуживание и эксплуатацию;

– максимально простая и удобная для эксплуатации конструкция (невозможно сравнить со сложными высокооборотистыми редукторной системами центробежных компрессоров);

– возможность рекуперации тепловой энергии (использование тепла, выделяемого компрессором для обогрева помещений, подогрев воды для нужд предприятия в теплообменниках масло/вода).

Второй этап — это реализация применения комбинированного охлаждения конденсаторов, позволяющее использовать естественную циркуляцию аммиака для выработки холода параметров +7 °С и 0 °С. Такой способ эффективен в осенне-зимний период. Благодаря естественной циркуляции на данный период работу компрессоров останавливают, за счет чего затраты на электроэнергию минимальны.

Третий этап включает в себя расчет теплообменного оборудования и замену теплообменных трубок. В испарителе теплообменные трубки из «чёрного металла» были заменены на теплообменные трубки из нержавеющей стали. Это обусловлено с одной стороны коррозионной стойкостью этого материала, и с другой стороны экономической доступностью в последние годы. Трубы из нержавеющих сталей характеризуются высокой стойкостью к эрозионным и кавитационным воздействиям и повышенной коррозионной стойкостью в средах, содержащих аммиак. В связи с этим, применение труб из нержавеющих сталей повышает их коррозионную стойкость со стороны охлаждающей воды и рассола. В маслоохладителях теплообменные трубки были установлены из «Сталь 20» с целью экономии денежных средств.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРЕМЕНТОВ

Реализация применения комбинированного охлаждения конденсаторов, позволяющее использовать естественную циркуляцию аммиака для выработки холода параметров +7 °С и 0 °С. Такой способ эффективен в осенне-зимний период. Благодаря естественной циркуляции на данный период работу компрессоров останавливают, за счет чего затраты на электроэнергию минимальны.

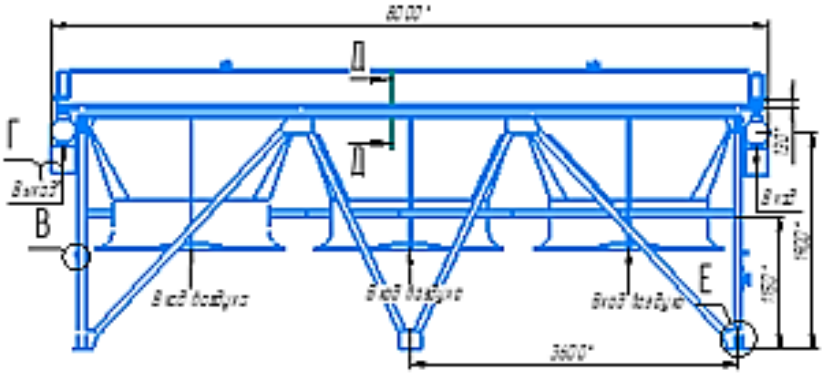


Рис. 1. Конденсатор воздушного охлаждения

При температуре -12 компрессоры переходят на естественную циркуляцию. На рисунке 4 можно увидеть зависимость индикаторной мощности от температуры окружающей среды.

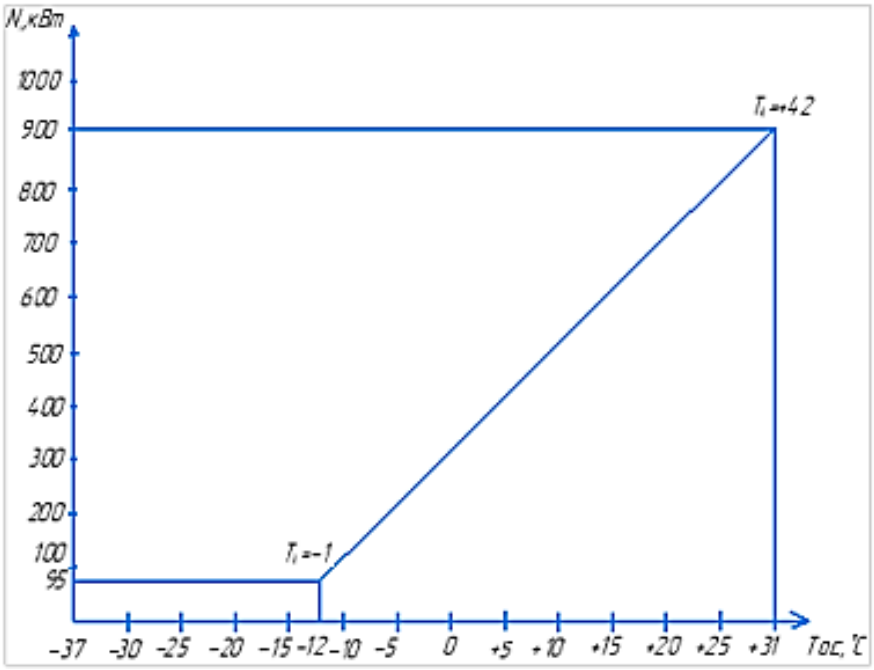


Рис. 2. График зависимости индикаторной мощности
от температуры окружающей среды

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

При естественной циркуляции (Tk= -1) компрессор 21А1600-7-1 будет потреблять 95 кВт электроэнергии. Температура ниже -12 держится 2920 часов в году, а температура выше -12 5840 часов в году.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью модернизации была замена компрессорного оборудования, а также теплообменного оборудования.

По полученным в задании параметрам был произведен выбор расчетного режима и расчет холодильного цикла, в ходе которого были определены ключевые точки данного цикла. Также исходя из задания под данную холодопроизводительность был подобран компрессорный агрегат.

Был проведен расчет холодильной установки в режиме естественной циркуляции хладагента, в ходе которого были подобраны конденсаторы воздушного и водяного охлаждения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Явнель Б. К. Курсовое и дипломное проектирование холодильных установок и систем кондиционирования воздуха. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Агропромиздат, 1989. 223 с. ISBN 978-5-458-36264.

2. Кошкин Н. Н., Стукаленко А. К., Бамбушек Е. М. Тепловые и конструктивные расчеты холодильных машин. Л.: Машиностроение, 1976. 464 с.

3. Рабинович О. М. Сборник задач по технической термодинамике. М.: Машиностроение, 1973. 344 с.

4. Данилова Г. Н., Богданов С. Н., Иванов О. П. Теплообменные аппараты холодильных установок. Л.: Машиностроение, 1986. 303 с.

УДК 351.9:352/354

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ КОНКУРСНЫХ ПРОЦЕДУР ПРИ ПОСТУПЛЕНИИ НА ГОСУДАРСТВЕННУЮ ГРАЖДАНСКУЮ СЛУЖБУ В РОССИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРИНЯТИЯ, ИСПОЛНЕНИЯ И ОРГАНИЗАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ

А. А. Каневский

[1]*Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского», Симферополь, Россия*

A. A. Kanevskiy

[1]*Institute of Economics and Management of the Crimean Federal University named after V. I. Vernadsky, Simferopol, Russia*

Аннотация. В статье рассмотрены ключевые проблемы функционирования системы конкурсного отбора при поступлении на государственную гражданскую службу в России, проанализирован зарубежный (американский и китайский) опыт экзаменационной системы, выделены особенности данных систем. По результатам исследования была предложена модель Центральной экзаменационной комиссии, как института, организация которого поспособствует совершенствованию системы конкурсных процедур при поступлении на государственную гражданскую службу в России. Показано, что совершенствование данной системы поспособствует повышению качества принятия, исполнения и организационного обеспечения государственных решений.

Ключевые слова: государственная служба, экзаменационная система, конкурсный отбор, поступление на государственную гражданскую службу.

I. ВВЕДЕНИЕ

Современное состояние поступления на государственную гражданскую службу составляет глубокий познавательный интерес, однако в перспективе нуждается в дальнейшей разработке вопросов по направлению его совершенствования. Поэтому возникает необходимость, на основе изучения норм действующего законодательства и данных юридической науки, детально проанализировать проблемы совершенствования нормативной правовой базы поступления на государственную гражданскую службу Российской Федерации.

При изучении выбранной исследовательской проблемы были исследованы работы отечественных авторов, которые посвящены анализу различных аспектов поступления на государственную гражданскую службу в России и за рубежом. Вопросы функционирования системы государственной гражданской службы в России рассмотрены в трудах С.Ю. Наумова, И.Н. Осиповой, А.А. Подсумковой [1], В.П. Безобразова [2]. Рассмотрению правовых и организационных основ поступления на государственную гражданскую службу в России посвящены работы В.В. Пархачёвой [3], Н.К. Литвиненко [4], В.В. Поповой [5], А.В. Торба [6], А.Г. Нестерова [7], М.В. Преснякова [8], А.А. Терентьевой [9]. Изучение европейского и американского опыта в этой сфере проведено в трудах С.Б. Лугвина [10], Е.А. Лазуковой [11], В.В. Матвеева [12], В.В. Филиппова [13], М.К. Соломко и С.Ю. Павлова [14], Ю.В. Федотова и О.А. Патокиной [15], Д.С. Сариевой [16]. Опыт китайской экзаменационной системы был нами рассмотрен сквозь призму трудов классика китайской социально-политической мысли Сунь Ятсена [17] и работ отечественных учёных, Л.С. Переломова [18], П.А. Лапина [19], И.И. Приходько [20], китайского исследователя Хао Луна[21].

В то же время, в данных работах не была осуществлена попытка теоретического обоснования трансплантации зарубежных институтов, обеспечивающих организацию конкурсных процедур при поступлении на государственную гражданскую службу, в российскую систему государственного управления.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Вопрос поступления на государственную гражданскую службу является одним из центральных при характеристике основ организации государственной службы в Российской Федерации. Он связан с административно-правовой составляющей функционирования самого государственного аппарата в принципе, национальными управленческими традициями в Российской Федерации, а также доставшейся в наследство от десятилетий централизованного управления психологией государственных чиновников.

Цель работы заключается в анализе теоретико-методологических, правовых и организационных аспектов поступления на государственную гражданскую службу в Российской Федерации, а также определение перспективных направлений совершенствования системы конкурсных процедур при поступлении на государственную гражданскую службу с использованием мирового опыта.

Для достижения поставленной цели были поставлены и решены такие задачи, как: (1) исследовать сущность и особенности поступления на государственную гражданскую службу в современных реалиях государственного управления в России; (2) рассмотреть основные проблемы системы конкурсного отбора при поступлении на государственную гражданскую службу в России; (3) предложить пути решения проблем функционирования системы конкурсного отбора при поступлении на государственную гражданскую службу в России; (4) определить влияние предлагаемой в статье реформы на качество принятия, исполнения и организационного обеспечения государственных решений.

III. ТЕОРИЯ

По итогам анализа указанных во введении работ по вопросам функционирования системы государственной гражданской службы в России, а также трудов, посвящённых правовым и организационным основам поступления на государственную гражданскую службу в России, выделим следующие ключевые проблемы системы конкурсного отбора при поступлении на государственную гражданскую службу: (1) формальный подход к конкурсному отбору; (2) недостаточная открытость при принятии кадровых решений; (3) значительное влияние субъективного фактора; (4) ограниченность применения методов конкурсной оценки профессионального уровня кандидатов на замещение должностей государственной гражданской службы.

На основе данного анализа, выделим основные пути совершенствования системы конкурсного отбора при поступлении на государственную гражданскую службу. Для этого нами будет привлечён мировой опыт организации и проведения экзаменов государственных служащих, в частности, опыт Китая и США, подробно рассмотренный в соответствующих трудах, указанных во введении. К ключевым общим особенностям китайской и американской систем нами были отнесены:

- создание отдельных органов, ответственных за проведение экзаменов для государственных служащих;
- соответствие законодательства о поступлении на государственную гражданскую службу национальным традициям и особенностям, эволюционных характер возникновения подобных законов;
- чёткая проработанность принципов и требований к государственным служащим;
- унифицированность требований к содержанию экзаменационных испытаний, которые разрабатываются соответствующим органом;
- открытость и гласность системы, информационная централизация (наличие единого органа, регулярно собирающего статистику о состоянии государственной гражданской службы и централизованно предоставляющего эти данные).

В то же время, существует и ряд существенных различий в американской и китайской системах. Так, в китайской системе, экзамены основываются на принципе всеобщности: как выборные, так и назначаемые лица должны пройти данное испытание. В американской же системе сохраняется деление на политических назначенцев и кадровых работников, соответственно, политическая нейтральность и независимость существенно ограничена. Также, в китайской системе обучение задачи обучения и переобучения государственных госслужащих служащих объединены под эгидой одной организации.

На наш взгляд, для России более подходящим является опыт китайской системы, так как он направлен на большую интеграцию процессов обучения, конкурсного отбора и аттестации государственных служащих, а также в большей степени, нежели американская система, способствует формированию корпуса чиновников на принципах независимости, непредвзятости и компетентности.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Следовательно, основной мерой по совершенствованию системы конкурсного отбора при поступлении на государственную гражданскую службу в РФ, на наш взгляд, должно быть создание независимого экзаменационного органа, подчиняющегося Президенту РФ – Центральной экзаменационной комиссии (ЦЭК). Как ЦИК, ЦБ РФ, Прокуратура и прочие органы власти, ЦЭК не должна относится ни к одной из ветвей власти (исполнительной, законодательной или судебной), Председатель ЦЭК должен назначаться Государственной Думой по представлению Президента РФ.

В первую очередь, должна обеспечиваться независимость ЦЭК от исполнительной власти, так как на комплектование данной ветви власти и направлены различные процедуры конкурсного отбора государственных

служащих. ЦЭК должна состоять из четырёх управлений: организационного, правового и контрольного, статистического, кадрового, а также секретариата, бухгалтерии и прочих вспомогательно-хозяйственных органов (см. рис. 1).

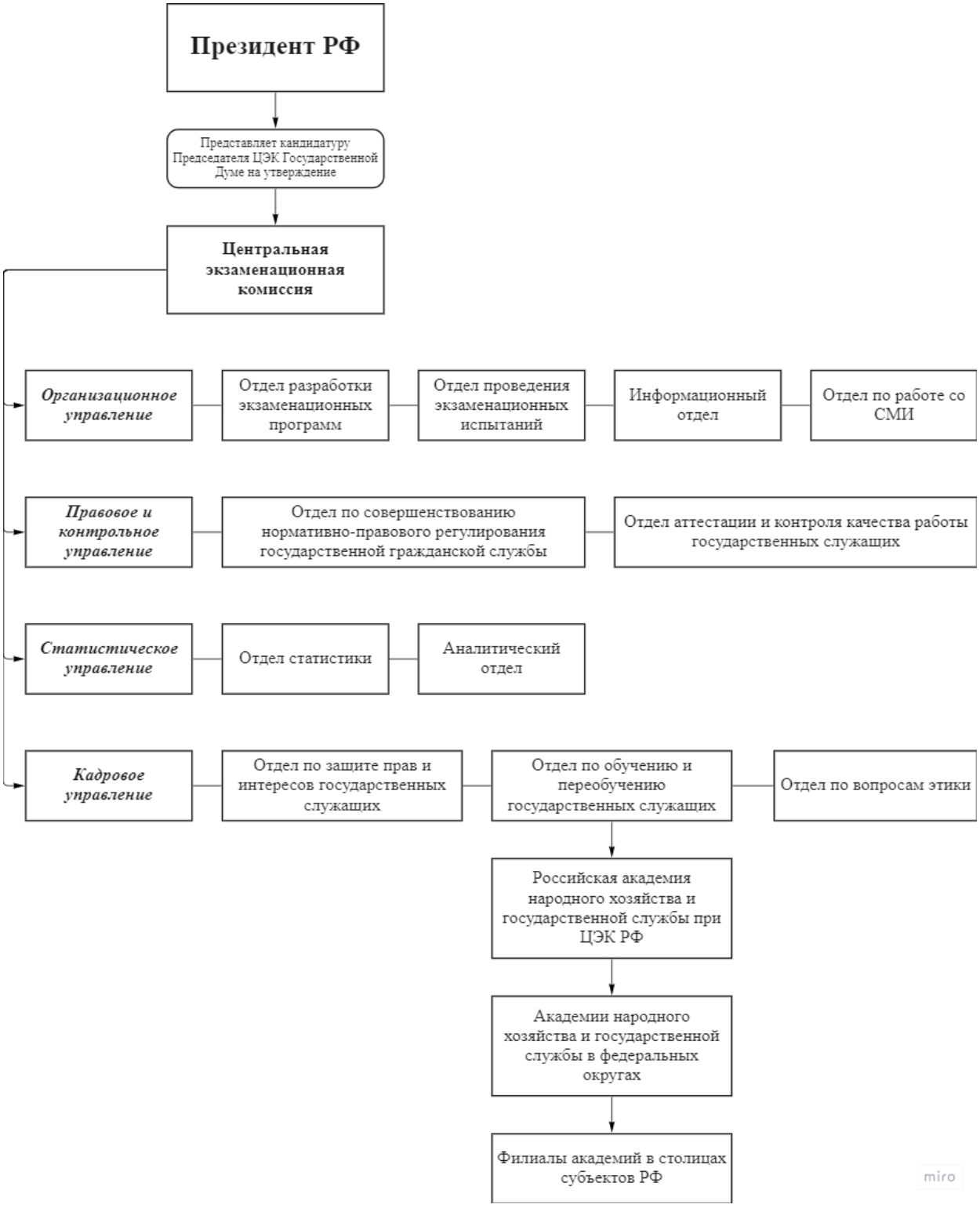


Рис. 1. Организационная структура Центральной экзаменационной комиссии РФ

Источник: составлено автором

На каждое из указанных направлений будут возложены задачи совершенствования системы конкурсного отбора при поступлении на государственную гражданскую службу, соответствующие выделенным нами проблемам.

Так, организационное управление централизует составление программ конкурсных испытаний и их проведение, в т.ч. используя методы дистанционного контроля, опробованные в университетах и на олимпиадах школьников и студентов во время пандемии. Само проведение испытаний можно организовывать на базе филиалов академий народного хозяйства и государственной службы (подробнее см. о кадровом управлении).

Во взаимодействии с академиями, организационное управление сможет разрабатывать достаточно подробные и качественные контрольные материалы, интегрировать различные формы проведения конкурсного отбора, так, чтобы соответствовать принципам профессиональной компетентности государственных служащих.

Также организационное управление будет информировать граждан о вакантных должностях в государственной гражданской службе. Для этого за информационным отделом будет закреплена обязанность администрирования федерального сайта, где будет аккумулирована соответствующая информация. У потенциальных кандидатов отпадёт необходимость мониторить сотни сайтов государственных органов РФ в поисках места работы. По такому же принципу должно быть организовано и информирование о результатах проведённых конкурсов.

В целях обеспечения гласности, отдел по работе с СМИ будет регулярно информировать общественность об общих результатах проведённых конкурсов, давать краткие статистические обзоры, проводить ежегодные пресс-конференции.

На правовое и контрольное управление должна быть возложена обязанность работать в направлении совершенствования нормативно-правового регулирования государственной гражданской службы. Для этого, на ЦЭК будет предоставлено право законодательной инициативы. Также, данное управление должно определять шкалу заработной платы государственных служащих, проводить оценку возможностей индексации данной заработной платы, определять размеры пособий и денежных вспомоществований.

Отдельно правовому и контрольному управлению будут приданы обязанности по аттестации и контролю качества работы государственных служащих.

Дабы централизовать, систематизировать и упорядочить процесс сбора статистических материалов о работе государственной гражданской службы, в рамках ЦЭК также будет создано статистическое управление. Данное управление также будет выпускать ежегодные аналитические отчёты, по которым можно будет оценить качество функционирования системы госслужбы в России.

Отдельным, наиболее важным органом ЦЭК должно будет стать кадровое управление. Именно благодаря нему функции обучения, конкурсного отбора и аттестации государственных служащих будут полностью интегрированы в рамках одного государственного ведомства.

В первую очередь, кадровое управление ЦЭК будет занято вопросами обучения и переобучения государственных служащих. Для этого, комиссии будет переподчинена Российская академия народного хозяйства и государственной службы. Соответственно, её функции и масштаб будут серьёзно расширены: в каждом федеральном округе откроется окружная академия, а в каждом субъекте – филиалы окружной академии.

Защитой прав и интересов государственных служащих и разрешению этических вопросов будет заниматься соответствующие отделы в рамках кадрового управления.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Таким образом, в качестве реформы государственной гражданской службы мы предлагаем пересмотр системы формирования кадрового состава государственной службы на всех уровнях публичной власти и создание Центральной экзаменационной комиссии в Российской Федерации с целью повышения качества принятия, исполнения и организационного обеспечения государственных и муниципальных решений. Создание Центральной экзаменационной комиссии позволит решить многие проблемы государственной службы в России, обеспечить эффективность и беспристрастность работы чиновников, стать на путь избавления от коррупции и непотизма в системе государственного управления, а также начать обеспечивать государство высококвалифицированными сотрудниками и управленцами, что поспособствует повышению качества принятия, исполнения и организационного обеспечения государственных решений.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящий момент существует множество проблемных вопросов при проведении конкурсных процедур при поступлении на государственную гражданскую службу в Российской Федерации, которые оказывают негативное влияние в первую очередь на качество принятия, исполнения и организационного обеспечения государственных решений, а также на систему государственного управления в целом. Складывается ситуация, в которой работа над правовым регулированием сферы поступления на государственную гражданскую службу в России постоянно продолжается, но основополагающие проблемы, создающие риск деградации качества и профессионализма кадрового состава государственной гражданской службы, остаются нерешёнными.

Для изменения данной ситуации, путём решения найденных проблем, был предложен путь реформирования системы поступления на государственную гражданскую службу на основе анализа отечественного и мирового опыта.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: Вершицкая Елена Рустемовна, к.филол.н., доц. кафедры государственного и муниципального управления Института экономики и управления ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Наумов С. Ю., Осипова И. Н., Подсумкова А. А. Система государственного управления. М.: Форум, 2008. 304 с.

2. Безобразов В. П. Государство и общество. Управление, самоуправление и судебная власть. М.: Книга по требованию, 2012. 767 с.

3. Пархачева В. В. Поступление на государственную гражданскую службу Российской Федерации: теоретико-правовой аспект // Молодой ученый. 2021. № 49 (391). С. 252–255.

4. Литвиненко Н. К. Исторические аспекты профессиональной подготовки государственных гражданских служащих в России // Вестник Нижневартовского государственного университета. 2020. № 3. С. 52–59.

5. Попова В. В. Поступление на государственную гражданскую службу Российской Федерации: новации произошедшие и необходимые // Вестник. Государство и право. 2016. № 21. С. 68–72.

6. Торба А. В. Правовое регулирование вопросов поступления на государственную гражданскую службу // Государственная служба. Вестник Координационного Совета по кадровым вопросам, государственным наградам и государственной службе при полномочном представителе Президента Российской Федерации в Северо-Западном федеральном округе. 2007. № 1. С. 29–36.

7. Нестеров А. Г. Проблемы формирования кадрового состава государственной гражданской службы // Государственная служба. Вестник Координационного Совета по кадровым вопросам, государственным наградам и государственной службе при полномочном представителе Президента Российской Федерации в Северо-Западном федеральном округе. 2007. № 1. С. 4–7.

8. Пресняков М. В. Методики конкурсного отбора на замещение вакантной должности гражданской службы: обеспечение равного доступа к государственной службе // Гражданин и право. 2008. № 6. С. 36–44.

9. Терентьева А. А. Характеристика нормативного правового регулирования поступления на государственную гражданскую службу Российской Федерации // Вопросы науки и образования. 2016. № 1. С. 115–119.

10. Лугвин С. Б. Процессы трансформации американской государственной службы на ранних этапах ее развития // Via in tempore. История. Политология. 2014. № 8 (179). С. 26–32.

11. Лазукова Е. А. Наем и карьера государственных служащих // Власть. 2013. № 5. С. 181–185.

12. Матвеев В. В. Зарубежный опыт управления персоналом государственной службы и его адаптация к условиям России // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2020. № 1. С. 41–49.

13. Филиппов В. В. Непотизм на государственной службе в США: противодействие коррупции // Власть и управление на Востоке России. 2015. № 1 (70). С. 142–148.

14. Соломко М. К., Павлов С. Ю. Сравнительный анализ трудоустройства на государственную службу в РФ и США // Тенденции развития науки и образования. 2021. № 69–4. С. 125–129.

15. Федотов Ю. В., Патокина О. А. Модели подготовки государственных служащих // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2002. № 4. С. 158–175.

16. Сариева Д. С. Правила приема на государственную службу в зарубежных странах // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2021. № 1–2 (52). С. 177–182.

17. Сунь Ятсен. Избранные произведения. 2-е изд., испр. и доп. М.: Наука, 1985. 782 с.

18. Переломов Л. С. Конфуцианство и современный стратегический курс КНР // Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, фак. мировой политики, Ин-т проблем междунар. безопасности РАН. М.: Изд-во ЛКИ, 2007. 250 с.

19. Лапин П. А. Упразднение системы государственных экзаменов (кэцзюй) в Китае в поздние годы династии Цин: социально-политическое и культурно-образовательное значение // Общество и государство в Китае. 2016. № 1. С. 274–279.

20. Приходько И. И., Ванюшкин А. С. Состояние и перспективы развития научно-технического сотрудничества России и Китайской Народной Республики // Интеграционные процессы в современном геоэкономическом пространстве: материалы науч.-практ. конф. Симферополь, 2019. С. 264–267.

21. Хао Лун. Традиционная форма подготовки государственных чиновников в Китае // Вестник Вятского государственного университета. 2014. № 3. С. 50–56.

УДК 339.97:620.9

ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

А. Е. Каратаев

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

Аннотация. В статье раскрываются самые главные концепции проблемы энергетики в мировой экономике. Приводятся последствия энергетического кризиса и его влияние на мировую экономику в целом. Автором проанализированы причины возникновения энергетической проблемы и возможные методы ее решения. Предлагается использование альтернативных источников энергетики. Рассматривается комплекс мер и решений, направленных на уменьшение потерь энергии, в частности использование энергосберегающих технологий основанных на применении восстанавливаемых потоков энергии. Приводятся инновационные решения в сфере дефинитивного потребления энергии.

Ключевые слова: экономика, энергетическая проблема, энергоресурсы, энергопотребление.

I. ВВЕДЕНИЕ

По мнению многих экономических экспертов в настоящее время мировая экономика не успевает удовлетворить, растущие потребности жителей планеты. Это объясняется значительным увеличением населения планеты, и как следствие увеличение производства и транспортных потоков с начала XXI в. Развитие производства как следствие ведет к увеличению потребления энергоресурсов. Так, например, в азиатских странах (в Китае, Индии и ряде других азиатских государств) быстрые темпы роста экономики требуют увеличения потребления энергоресурсов, в особенности, в такой отрасли, как промышленность. Также следует отметить, что дальнейший цикл экономического развития взаимосвязан с энергетикой. Темп экономического роста тесно связан с ростом энергопотребления, рост валового внутреннего продукта (далее – ВВП) в мире вызывает рост энергопотребления: на каждый составляющий процент роста экономики приходится 0,7% увеличения расходования энергии. Уровень расхода энергии на одного человека непосредственно взаимосвязано с уровнем жизни и уровнем развития экономики страны. Для решения одной из задач Организаций Объединённых Наций по стабилизации уровней становления стран, к 2030 году, предполагается как минимум увеличение вдвое глобального расходования энергии [1]. В настоящее время основные темпы развития энергоресурсов растут медленнее, чем увеличение количества источников потребления. Все это возможно приведет к нестабильности мирового рынка энергетики.

Проблема энергетики в мировой экономике заключается в растущей трудности надежного обеспечения темпа роста потребностей в энергоснабжении всего человечества уже сегодня и в обозримом будущем. План мирового обеспечения энергетикой требует становления новых торговых отношений между странами, накопление знаний о всех доступных технологиях, поступательной политики энергетики, защиты вложений в отрасли энергетики государством.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Тема исследования отражает важную и актуальную задачу энергетики в мировой экономике, заключающуюся в развитии новых технологий, проведения энергетической политики, приводящих к снижению энергозатрат.

Целью работы является поиск основных путей решения проблемы энергетики.

III. ТЕОРИЯ

Предложение энергетических ресурсов по сравнению с увеличением спроса растет очень медленно. Можно выделить несколько основных причин энергетической проблемы.

- Неравномерность распределения запасов энергоресурсов. Лишь немногие страны имеют достаточное количество природных источников энергии — нефти и газа. Например, некоторые латиноамериканские, африканские страны не имеют собственных источников газа и нефти, а ряд из них лишены источников угля. Евросоюз, на 50% выполняет свои пожелания в энергии за счет ввоза из других стран (нефти, газа и угля), США на 40% взаимосвязаны с импортом энергоносителей, Япония почти на 90% .

- В регионах, где собрано огромное количество энергоресурсов отмечается напряжение в политике. Как пример, на территории Ближнего Востока с дестабилизацией политической обстановки, находится 40% мирового запаса газа и 61% запаса нефти, что затрудняет их добычу и транспортировку. В 2022 году, например, Египет имел проблемы с газом, так как из-за ведения боевых действий были расстроены участки транзитного газопровода, который совершает путь через Сирию.

- Страны мало используют свои энергетические источники. Например, в нашей стране около 10% глобальных геологических запасов угля (его источники имеют почти 80 стран), но их использование требует огромных затрат. В 2020 году снизилась добыча китайскими угольными компаниями, вызванная ограничением мер в рамках «зеленой» повестки и проведением исследований в области безопасности на угольных шахтах, что привело к дополнительной нехватке этого энергоресурса.

- В мире заканчиваются наиболее доступные запасы энергоресурсов. Так, например, в настоящее время в странах Европы запасы на крупнейших месторождениях быстро сокращаются. Ожидается, что в ближайшее десятилетие добыча будет прекращена полностью. В частности, в Нидерландах запасы Горингенского месторождения исчерпаны более чем на 80%. Это привело к тому, что в 2020 году страна добыла на 28% меньше газа, чем в 2019 году. В Германии объемы добычи газа в 2020 году сократились на 16%, то есть с 6,1 млрд кубических метров до 5,2 [2].

Дефицит и как следствие рост цен на энергоресурсы имеет место во всех странах, и особенно в тех, которые удовлетворяют свои потребности в энергии за счет её ввоза из других стран. В первую очередь подорожает электроэнергия и отопление. Далее будет иметь начало увеличение цен на все товары. В настоящее время во многих странах данный процесс уже начался.

Осенью 2021 года в связи с резким повышением цен на газ и другие ресурсы энергии при сокращении собственной добычи начал назревать энергетический кризис в Европе. Это произошло из-за того, что сократились поставки газа из России, США и Норвегии [3]. В настоящее время ситуация ухудшилась. Президент Ассоциации нефти и газа США Тим Стюарт решил, что это будет ухудшаться и дальше. Не лучше ситуация обстоит и в азиатских странах. По данным аналитической компании Wood из-за высоких цен на газ импорт природного газа в Азию с начала 2022 года значительно сократился. В частности, в Пакистан на 15%, в Индию - на 16%, а в Китай – сразу на одну пятую. В настоящее время наблюдается всё больше признаков того, что глобальная взаимосвязь между энергией, продовольствием и благосостоянием, достигнутая именно за счёт устойчивого развития энергетического комплекса, постепенно рвётся. Дисбаланс рынка провоцирует структурную инфляцию в масштабах всей планеты, как развивающихся государствах, прогресс которых напрямую зависит от стабильного импорта сырья, так и в постиндустриальных государствах, вынужденных импортировать энергоресурсы по заоблачным ценам.

Уже сейчас фермеры наблюдают увеличение цен на удобрения, так как в их себестоимости доля газа, по информации Европейской ассоциации производителей удобрений, около 80 %. В итоге более десятка основных заводов занимающихся производством удобрений и их компонентов в Европе уменьшили выпуск продукции или совсем остановили работу (приостановлено около 40–50 % мощностей производства аммиака). В результате цены на азотные удобрения в мире дошли до максимальных отметок с 2008 года. Это влечет за собой повышение цен на продукты питания - зерна, мяса, а также фруктов и овощей. В мире и так намечался продовольственный кризис, а энергетический его только усугубил.

Кроме того, от энергетического кризиса значительно пострадает металлургия, машиностроение. Он будет иметь место и в других отраслях, таких как автомобилестроение, изготовление стройматериалов, производство электроники, бытовой техники и т.д. Так, по оценкам экспертов, в Китае промышленные производители стали, алюминия и цемента, керамики и стекла, возможно увеличат цены на свою продукцию из-за роста цен на газ.

В результате в странах будут наблюдаться инфляция, безработица и нехватка некоторых продуктов. Наиболее бедных стран наверняка коснется голод. Игорь Шимко, генеральный директор NZT Rusfond, предполагает, что кризис энергетики обязательно потянет за собой стагфляцию [5]. Это ситуация в экономике, когда экономический спад и высокий уровень безработицы сопровождаются ростом цен (инфляцией).

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТА

Основные направления в решении проблем энергетики основан на комплексе социально-экономических, технико-технологических мер и требуют тесного международного сотрудничества.

Для предотвращения и изменения настоящего положения необходимо изменение механизма изменения цен на природные ресурсы, который утверждается гигантами, основными транснациональными корпорациями, контролирующими естественные богатства. Необходима единая стратегия для всех стран, которая обязана иметь место как в объеме добычи всех видов ресурсов, так и квот их продаж, на мировые рынки.

Основополагающей тенденцией развития отрасли энергетики является рост доли возобновляемых месторождений энергии в общем контексте мирового энергопотребления. К ним относятся недра планеты, ветер, солнце, океаны, моря, и реки, а также горючие отходы производства промышленности и домохозяйств. Например, вследствие проблем парникового эффекта, вызванного использованием недр топлива и из-за необходимости роста обеспеченности энергетики, наибольшую известность среди ученых и общественности имеет биотопливо. Естественно, основоположниками биотоплива являются: биоэтанол, биодизель, биогаз, твердое биотопливо. По оценкам изготовление биотоплива, в основном этанола, к 2030 году увеличится в 3,6 раза. Возобновляемые источники энергетики неиссякаемы и могут восстановить потенциал энергетики в течение нескольких десятков лет. Альтернативные источники энергетики продолжают дешеветь и потому находятся в русле долгосрочных стратегий правительств, инвесторов и компаний. Следует отметить, что ключевым барьером расширения использования возобновляемой энергетики является ее зависимость от природных условий. Решить эту проблему должны накопители энергии, которые позволят компенсировать ее нехватку в пиковые часы потребления, во время штиля или при отсутствии солнца. Разработка пилотных образцов таких накопителей ведется достаточно давно, но пока в промышленное применение они не поступили [4].

Решение мировой проблемы энергетики также зависит и от уровня снижения емкости энергетики в экономике, т. е. от потребления энергии на единицу произведенного ВВП. Необходимо проведение целенаправленной энергосберегающей политики. Чтобы усилить процесс энергосбережения уже сейчас используют энергосберегающие технологии, которые продолжают развиваться и как следствие происходит удешевление уже имеющихся, что в свою очередь увеличивает их использование. Основные методы энергосбережения представлены в таблице 1.

Таблица 1

Прогресс в сфере конечного потребления

Технологии	Сектор промышленности	Сектор коммунальных услуг	Сектор транспорта
Настоящие технологии	Использование вторичного сырья	Оптимизация в снабжении теплом	Инновации с двигателями внутреннего сгорания
	Управление потреблением энергии	Увеличение эффективности в электротехнике и в электронике	Оптимизация потребления энергии техническими системами
Технологии, которые только формируются	Разработка электрохимических генераторов	Светодиоды, системы управления освещением	Биотопливо следующего поколения
	Инновации в металлообработке	Концепции «Энергоэффективный дом»	Электромобили, гибридные автомобили

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Из многочисленных экспертных заключений напрашивается вывод о том, что мировой рынок возобновляемой энергетики будет иметь успешное развитие.

В настоящее время возобновляемые энергоисточники в производстве электроэнергии в Европе составляют примерно 20%, а доля энергии ветра в производстве электрической энергии в мире меньше и составляет около 10%.

Наиболее подающие надежды энергосберегающие технологии в теплоснабжении это:

1. Геотермальное отопление;
2. Гелиоэнергетика;
3. Биотопливо.

На сегодняшний день геотермальное отопление самая перспективная альтернативная энергосберегающая технология в теплоснабжении, где экономия достигает 300-400%. Основными потоками тепловой энергии могут быть природные или искусственные водоемы, грунтовые воды, земля и атмосферный воздух. Главный рабочий элемент системы – тепловой насос, оборудование, которое с помощью цикличного незамерзающего носителя тепла выкачивает тепло с низкой температурой со дна водоема или недр земли. В работе данной системы отопления не востребован регулярный контроль и вмешательство человека, т. е. все процессы автоматизированы.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для устойчивого развития мира необходимо развитие, как мировой экономики, так и экономики любой из стран. Устойчивое развитие — это удовлетворение потребностей современного поколения, не угрожая возможности будущих поколений достойно удовлетворять свои потребности. Необходимость обеспечения устойчивого развития требует анализа текущей ситуации и прогнозирования перспективных параметров развития.

Из сложившейся в последнее время ситуации на энергетических рынках видно, что одной из основ стабильности современного мира является надежное энергоснабжение. Международные организации должны разработать стратегические планы, которые позволят эффективно бороться с энергетической бедностью, дефицитом сырья и постепенным обнищанием населения во всем мире. Если не предпринять решительных действий в этом направлении, то следствием этого станет развитие напряженности в самых разных регионах планеты и дальнейшее падение качества жизни людей во всем мире. Холодные и необдуманные решения в фундаментальной для мировой экономики отрасли дают негативные последствия для всего мирового рынка, в промышленности, в науке, в отрасли транспорта и самое главное, приводят к ущербу в благополучии людей.

Последствия проблемы энергетики затрагивают всех членов общества: необходимость транспортировки, снабжения теплом жилья, покупки продуктов питания, производства в промышленности. Таким образом, решение этой проблемы является первостепенной задачей для всего мирового сообщества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Галкина А. А. Грушевенко Д. А. Перспективы развития мировой энергетики до 2040 года и их влияние на российский топливно-энергетический комплекс // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2015. № 1. С. 59–70.

2. Никифоров О. Крайняя неустойчивость мировой энергетики с непредсказуемыми последствиями // НГ - Энергия. 08.11.2021. URL: https://www.ng.ru/ng_energiya/2021-11-08/12_8295_instability.html (дата обращения: 28.11.2022).

3. Новак А. Мировой энергетический кризис: кто виноват и что делать? // Энергетическая политика. 16.02.2022. URL: https://energypolicy.ru/mirovoj-energeticheskij-krizis-kto-vinovat-i-chto-delat/business/2022/13/16/ (дата обращения: 28.11.2022).

4. Афанасьева Е. А. Основные проблемы энергетики и возможные способы их решения // Молодой ученый. 2017. № 40 (174). С. 1–4. URL: https://moluch.ru/archive/174/45823/ (дата обращения: 28.11.2022).

5. Жуков А. Самый крупный энергетический кризис за последние 50 лет — чем он грозит миру? // Hi News.ru. 08.06.2022. URL: https://hi-news.ru/eto-interesno/samyj-krupnyj-energeticheskij-krizis-za-poslednie-50-let-chem-on-grozit-miru.html (дата обращения: 28.11.2022).

УДК 331.2

АНАЛИЗ УРОВНЯ И ДИНАМИКИ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В ХАНТЫ-МАНСИЙСКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ-ЮГРЕ

Е. С. Квач

Студент Югорского государственного университета, Ханты-Мансийск, Россия

E. S. Kvach

Student of Yugra State University, Khanty-Mansiysk, Russia

Аннотация. В статье представлена динамика среднемесячной заработной платы в Ханты-Мансийском автономном округе-Югра за 2017-2021 годы. Проведен сравнительный анализ статистики с показателями Российской Федерации в целом. Соотнесены значения номинальной среднемесячной заработной платы и реальной среднемесячной начисленной заработной платы за 5 лет. Проверена гипотеза об отрицательной динамике показателей реальной заработной платы в районе, приравненному к районам Крайнего Севера. Были сделаны выводы об экономической выгодности работы в районах, приравненных к районам крайнего севера, над другими регионами Российской Федерации.

Ключевые слова. Экономическая деятельность, Ханты-Мансийский автономный округ-Югра, номинальная среднемесячная заработная плата, реальная начисленная заработная плата.

I. ВВЕДЕНИЕ

Согласно Трудовому кодексу Российской Федерации, заработная плата - вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также компенсационные и стимулирующие выплаты. При этом за работодателем остается право выплачивать поощрение за труд альтернативными способами – в неденежной форме, в соответствии с денежным эквивалентом. Однако Трудовой кодекс позволяет работодателю совершать не более 20% выплаты заработной платы в натуральной форме, стоимость неденежных продуктов обязана соответствовать рыночной стоимости.

Если номинальная заработная плата не отражает покупательную способность денежных средств, а лишь выражается в документах в ее абсолютных выражениях до вычета налогов и взносов, то реальная заработная плата характеризует действительный объем материальных и нематериальных благ, которых можно за нее купить. Поэтому следует соотносить данные общеэкономические понятия в статистических целях.

Так, ТК РФ обязывает работодателя не только выплачивать заработную плату в полном размере, но и максимизировать ее реализационные способности, это становится проблемой в условиях колебаний инфляции.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В качестве объекта исследования был выбран Ханты-Мансийский автономный округ-Югра, так как среди работающего населения бытует мнение, что реальные денежные доходы уменьшились и работать в регионе, приравненному к районам Крайнего Севера, стало не так экономически выгодно, как 3-5 лет назад. Основная задача статьи заключается в проверке данной гипотезы, через сравнение показателей номинальной и реальной среднемесячной заработной платы за последние 5 лет.

III. ТЕОРИЯ

Среднемесячная номинальная заработная плата работников организаций за месяц определяется делением валового (суммарного) фонда начисленной заработной платы на среднесписочную численность работников. Текущими исследованиями о заработной плате охвачены все виды экономической деятельности, все группы профессий и должностей по анализированным видам экономической деятельности, все работающие в организациях независимо от возраста на постоянной, временной или сезонной работе по трудовому договору о полном или неполном рабочем времени, за исключением военнослужащих Вооруженных сил Российской Федерации [1].

Индекс номинальной заработной платы рассчитывается по данным текущих анализе как отношение среднемесячной номинальной начисленной заработной платы отчетного периода к среднемесячной номинальной начисленной заработной плате базового периода.

Реальная начисленная заработная плата характеризует покупательную способность заработной платы в отчетном периоде в связи с изменением цен на потребительские товары и услуги по сравнению с базисным периодом. Для этого рассчитывается индекс реальной начисленной заработной платы путем деления индекса номинальной начисленной заработной платы на индекс потребительских цен за один и тот же временной период.

Для определения реальной заработной плату в денежном выражении, необходимо номинальную заработную плату делить на индекс потребительских цен (ИПЦ).

ИПЦ измеряет отношение стоимости фиксированного перечня товаров и услуг в текущем периоде к его стоимости в базисном периоде и отражает изменение во времени общего уровня цен на товары и услуги, приобретаемые населением для непроизводственного потребления.

Коэффициент инфляции в годовом исчислении рассчитывается как сумма коэффициентов инфляции за 12 месяцев, включая выбранный. Такой способ позволяет оценить динамику изменения уровня инфляции в целом, сглаживая сезонные отклонения [2].

Данные для анализа были взяты из документов сайта Федеральной службы государственной статистки.

Ханты-Мансийский автономный округ-Югра является субъектом Российской Федерации, включенным в состав Тюменской области. Югра является регионом-донором, экономическая самодостаточность обосновывается первенством среди нефтегазоносных регионов России. По размеру экономики России ХМАО-Югра уступает лишь Москве. В «рейтинге социально-экономического положения регионов России» Югра занимает 3 место после Москвы и Санкт-Петербурга [3].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

На рисунке 1 представлены показатели заработной платы в рублях:

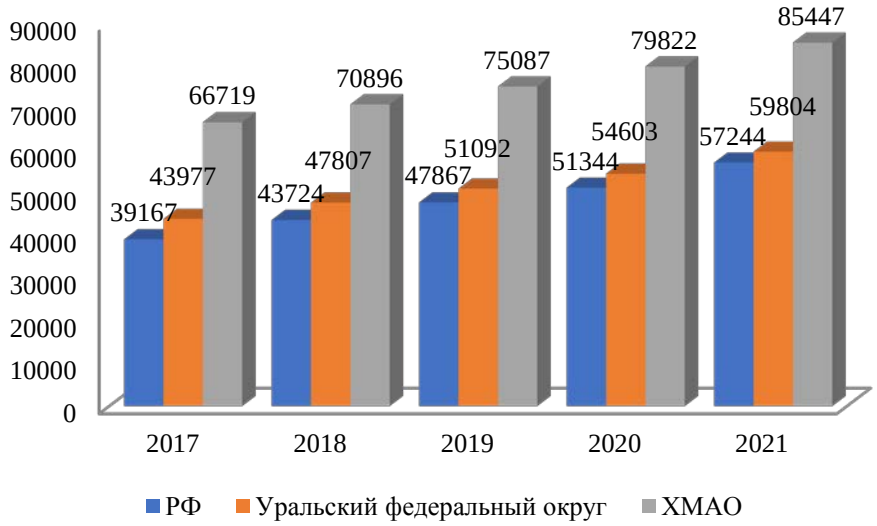


Рис. 1. Сравнение среднемесячной номинальной зарплаты ХМАО-Югры, УрФО и РФ в целом, руб.

В Ханты-Мансийском автономном округе-Югра наблюдается динамика роста среднемесячной номинальной заработной платы в целом по всем видам экономической деятельности с 2017 по 2021 гг. Также растут показатели в каждом отдельно взятом виде экономической деятельности.

Данные рисунка 1 свидетельствуют, что на протяжении анализируемого периода показатели зарплаты растут, однако номинальная среднемесячная заработная плата в целом по стране меньше номинальной среднемесячной заработной платы в ХМАО-Югре в среднем на 65%.

Если сравнить показатели с Уральским Федеральным округом в целом, к которому относится ХМАО-Югра, то можно наблюдать рост показателей номинальной заработной платы. Положительной тенденцией является то, что к 2021 году «разрыв» с показателями по Российской Федерации в целом уменьшаетсяпо сравнению с базовым периодом. Если в 2017 году разрыв в заработной плате между РФ и УрФО составлял 4810 рублей, то к 2021 год его значение составило 2560 рублей.

Если сравнивать столбчатые диаграммы номинальной и реальной заработной платы в субъектах и в целом по стране (рис.1 и рис 2), прослеживается сходство в динамике на протяжении всех пяти лет. При этом номинальная заработная плата по всем показателям всегда выше реальной заработной платы.

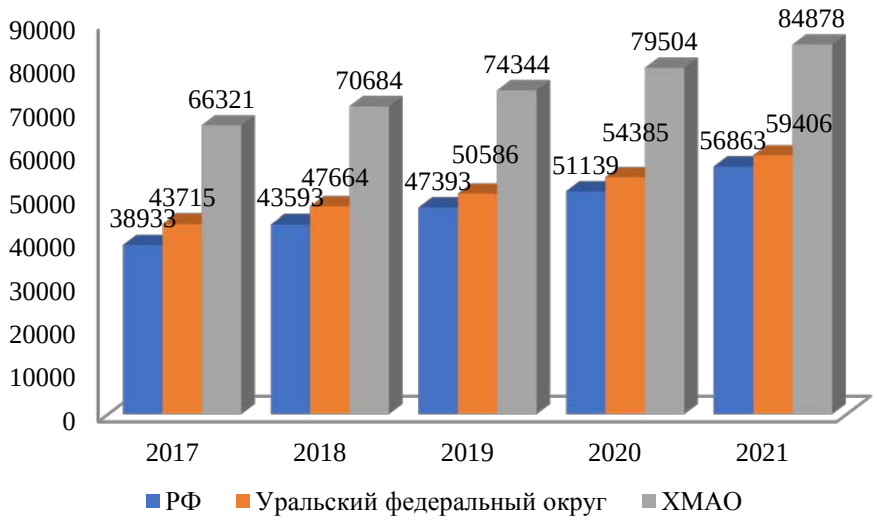


Рис. 2. Сравнение реальной зарплаты ХМАО-Югры, УрФО и РФ в целом по годам, руб.

При сравнении реальной и номинальной заработной платы в Ханты-Мансийском автономном округе (рис. 3) можно заметить возрастание показателей из года в год, при этом номинальная заработная плата всегда будет выше реальной.



Рис. 3. Сравнение реальной и номинальной зарплаты ХМАО-Югры за 2017-2021 гг., руб.

Наглядно виден рост реальной и номинальной заработной платы в ХМАО-Югре, при этом реальная заработная плата в регионе в среднем за период меньше на ≈ 0,75%, что может негативным образом отразиться на покупательной способности работника.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Экономисты Халтивангер и Фостер первыми пришли к выводу, что работники разных компаний, имея одну и ту же квалификацию, возраст, пол и опыт работы, получают разную заработную плату. То есть размер номинальной зарплаты часто зависит от характеристик фирмы [4]. Показатели заработной платы в Ханты-Мансийском автономном округе выше средних показателей федерального округа и страны в целом более чем в два раза. Это связано свысоким уровнем оплаты труда в нефтегазовой отрасли, являющейся ведущей в регионе.Однако следует отметить, что в целом положительна динамика среднемесячной заработной платы в экономике страны. Это связано с компенсацией последствий инфляции. Деньги обесцениваются по причине роста цен. В государстве в связи с эти имеются инструменты повышения зарплаты, называемые индексацией. Законом не установлена периодичность и порядок обязательной индексации заработной платы при повышении уровня инфляции, однако мы можем наблюдать, как постоянно повышается зарплата из года в год.

Инфляция в стране растет, такие выводы можно сделать исходя из стремительного повышения среднемесячной номинальной зарплаты. При этом реальная зарплата из года в год повышается, путем компенсации последствий инфляции.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мнение работающего населения Ханты-Мансийского автономного округа об уменьшении денежного вознаграждения за труд не подтвердилось. Однако, анализируя статистику, можно наглядно убедиться в росте инфляции из года в год. Можно сделать вывод, что работать в районе, приравненному к районам Крайнего Севера, экономически выгоднее, нежели в иных субъектах РФ, при этом работодатель максимизирует реальную зарплату работников.

По данным сайта уровень-инфляции.рф, коэффициент инфляции в 2017 году был почти в три раза меньше коэффициента 2021 года (2,52 и 8,39 соответственно). Государством регулируется покупательная способность денег, необходимые положения об этом представлены в статьях Трудового кодекса. При этом органы денежно-кредитной политики способны в значительно меньшей степени, чем в развитой рыночной экономике, контролировать инфляцию, поскольку существенное влияние на такую инфляцию оказывают колебания валютного курса и немонетарные факторы [5].

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель – доцент кафедры Бизнеса и экономики Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Югорского государственного университета» Устюжанцева Анастасия Николаевна.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников. URL: https://clck.ru/32Nv6z (дата обращения: 01.11.2022).

2. Заработная плата. URL: https://clck.ru/32Nv68 (дата обращения: 01.11.2022).

3. Рейтинг социально-экономического положения регионов – 2021 // РИА Рейтинг: сайт. URL: https://clck.ru/YEURV (дата обращения: 01.11.2022).

4. Халтивангер Дж., Скарпетта С., Швайгер Х. Оценка потоков рабочих мест в разных странах: роль отрасли, размер фирмы и правила // IZA DP. 2006. № 2450. 54 с. URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.67c49143-63844dab-552e150c-74722d776562/https/wëww.iza.org/publications/dp/2450/assessing-job-flows-across-countries-the-role-of-industry-firm-size-and-regulations (дата обращения: 01.11.2022).

5. Ефанова Л. Д., Шмуклер С. А. Особенности инфляции в России // Вестник университета. 2019. № 4. С. 96–99.

УДК 658.818

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИИ

А. С. Квашнина, С. А. Рыбалкина

Омский государственный технический университет, г. Омск, Россия

A. S. Kvashnina, S. A. Rybalkina

OMSTU, Omsk, Russia

Аннотация. В статье описаны основы клиентроориентированного подхода в развитии организации, проведен анализ необходимости данной стратегии ведения бизнеса в современном мире в современных экономических условиях. В ходе работы авторы разработали буклет «Эффективные и простые способы для развития клиентоориентированности в организации», являющийся памяткой с основами общения с клиентами и повышения потребительской лояльности. Сделан вывод о необходимости развития клиентоориентированного подхода в современных организациях и предприятиях, так как он является главным конкурентным преимуществом на маркетинговой арене.

Ключевые слова: клиентоориентированность, организация, потребитель, конкурентность.

I. ВВЕДЕНИЕ

Современный клиент желает получить не только необходимый товар или сервис, но и высокий сервис обслуживания. Вежливое общение персонала с покупателем и внимание к его потребностям становятся основой для современного подхода к развитию организации. Понятие «клиентоориентированность» подразумевает собой ведение бизнеса, основанное на долгосрочной стратегии получения дохода за счет формирования базы постоянных клиентов, что является основным преимуществом среди конкурентов [1, с.77]

Клиентоориентированный подход - это стратегия ведения бизнеса, главная ценность которого потребности и интересы клиентов. Бывает так, что организация имеет качественный сервис и квалифицированных сотрудников, но поток клиентов совсем мал, поскольку имеют низкие показатели потребительской лояльности. Современный сервис предлагает строить деятельность компании вокруг удовлетворения потребностей клиентов, что являет собой клиентоориентированный подход к управлению.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В ходе исследования была поставлена следующая цель работы: определить наиболее эффективный клиентоориентированный подход.

Задачи работы:

1. Изучить основы клиентроориентированного подхода в развитии организации.
2. Проанализировать необходимость данной стратегии ведения бизнеса в современных экономических условиях.
3. Разработать буклет «Эффективные и простые способы для развития клиентоориентированности в организации».

III. ТЕОРИЯ

Современная экономическая среда характеризуется жесткой конкуренцией за клиентов. В таких условиях организации выстраивают бизнес-стратегии, основой которой является ориентированность на интересы потребителя. Концепция клиентоориентированности пока не имеет четкого определения в литературе. Однако, все определения сходятся в том, что это создание для клиентов более высокой по сравнению с конкурентами ценности, способность и возможность компании поддерживать состав существующих клиентов, обеспечивать их приток и дополнительный доход, формируемый за счет действий, основанных на понимании и удовлетворении потребностей и желаний клиентов, в том числе превентивном, а также снижения издержек (в первую очередь на формирование клиентской базы) [1, с. 108-109]. Компании, ориентированные на клиента, постоянно ищут новые стили ведения бизнеса. Особого внимания заслуживает процесс формирования корпоративной культуры компании, направленный на культивирование ценности клиента в стратегическом развитии компании [2, с. 340]. В целом, опора на клиентоориентированность является единственной верной тактикой успешного развития и существования организации в современных условиях.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В процессе изучения был создан буклет для наглядного восприятия информации о важности клиентоориентированности в бизнесе.



Рис. 1. Буклет

В качестве еще одного важного фактора, способствующего росту клиентской базы и удовлетворенности, можно выделить стремление компании к тому, чтобы клиенту было легко найти магазин компании, для чего компания использует сетевой формат торговли [4].

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе работы авторами определена суть наиболее эффективного клиентоориентированного похода в развитии организации. Для решения поставленных задач были изучены основные принципы клиентоориентированности и проанализирована необходимость данной стратегии ведения бизнеса в современном мире. Кроме того, на основе изученного материалам авторы разработали специализированный буклет по теме исследования.

В заключении был сделан вывод о том, что ориентация на интересы потребителя является наиболее верным решением для развития организации и возможности ее роста. Компаниям необходимо работать над клиентоориентированностьюдля поддержания и улучшения позиций на рынке, финансовых показателей, имиджа и многих других показателей [5].

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ.

Научный руководитель: доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Менеджмент и сервис» ОмГТУ Яковлева Елена Владимировна.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андреева Т. А. Принципы и виды клиентоориентированности компании // Молодой ученый. 2020. № 1. С. 77–79.

2. Иванова Е. В. Развитие клиентоориентированности и лояльность организации // Аллея науки. 2022. № 3. С. 336–340.

3. Власенкова Е. А. Клиентоориентированность как ключевой фактор конкурентоспособности и устойчивого развития современной организации // Вопросы устойчивого развития общества. 2020. № 9. С. 108–113.

4. Асташова Ю. В., Ваганов М. А. Маркетинг в сфере fashion-индустрии: опыт отраслевых лидеров // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2018. № 4. URL: https://ekonomika.snauka.ru (дата обращения: 15.10.2022).

5. Елисеев А. М. Клиентоориентированность как корпоративная культура // Молодой ученый. 2021. № 40. С. 65–67.

УДК 658.5:665.6/.7

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ ВИНК В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

П. А. Киссер, И. А. Кихтенко, М. В. Триколе
ОмГТУ, Омск, Российская Федерация

P. A. Kisser, I. A. Kikhtenko, M. V. Trikole
OmSTU, Omsk, Russian Federation

Аннотация: В статье рассматриваются особенности управления бизнес-процессами ВИНК в условиях цифровой трансформации нефтегазовой отрасли. Дается определение вертикально интегрированной нефтяной компании, приводятся положительные и отрицательные аспекты вертикальной интеграции с точки зрения менеджмента вертикально интегрированной компании, рассматриваются основные пути цифровизации производства на основе численных показателей экономической эффективности. Уделяется внимание проблемам управления компанией в условиях современного мира, а также способам их преодоления. Рассматриваются изменения бизнес-процессов, возникшие вследствие цифровизации, и сопряженные с ними особенности стратегического управления.

Ключевые слова: ВИНК, нефтепереработка, цифровизация, управление, современные технологии, цифровая трансформация нефтегазовой отрасли, цифровая экономика, цифровые инструменты, управление бизнес-процессами.

I. ВВЕДЕНИЕ

Наш современный мир - это мир машин и цифровых технологий, которые с каждым днем все глубже и глубже внедряются в нашу жизнь. Не исключением стала и промышленность, а в особенности нефтегазовый комплекс. Внедрение современных технологий и цифровизация породили ВИНК (вертикально интегрированную нефтяную компанию), управление которой, безусловно, отличается от классической нефтяной компании.

В данной статье рассматриваются особенности управления нефтяной компании в условиях цифровизации, сами направления цифровизации, а также преимущества, которые приносит умелое управление и внедрение новых технологий. Приводятся конкретные цифры, а в качестве примера рассматриваются изменения, которые претерпел геологоразведочные работы ПАО "Газпромнефть"

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

1. Определить понятие винк, описать ее структуру, основные бизнес-процессы,преимущества и сложности с точки зрения стратегического управления.

2. Выявить основные тенденции и направления цифровизации нефтегазовой отрасли и описать их с точки зрения влияния на менеджмент компании.

3. Описать цифровую трансформацию винк и её пользу на примере геологоразведочных работ пао "газпромнефть".

III. ТЕОРИЯ

ВИНК (вертикально интегрированная нефтяная компания) – это холдинг, включающий в себя отдельные бизнесы, сферой деятельности каждого из которых является определенное звено в общем процессе добычи, транспортировки, переработки и реализации нефтепродуктов. Вертикальная интеграция как явление представляет собой кооперацию принадлежащих холдингу компаний или дивизионов, приводящую к объединению бизнес-процессов и созданию единого технологического процесса, и объясняется, в первую очередь, последовательным характером производственных процессов нефтегазового сектора и, зачастую, различными географическими районами, в которых реализуются эти процессы. В зависимости от доли процессов, реализуемых компанией самостоятельно, различают полную и неполную интеграцию. Стоит отметить, что нефтяная отрасль имеет наиболее высокую степень интеграции из всех отраслей промышленности – 0,67 (для сравнения – 0,305 в машиностроении и 0,303 в пищевой промышленности).

По выполняемым операциям нефтяная промышленность делится на 3 сектора – upstream (поиск и добыча нефтепродуктов), midstream (транспортировка) и downstream (переработка и реализация нефтепродуктов). Все бизнес-процессы нефтяной компании можно разделить на 3 категории. К основным процессам, т.е. процессам, в ходе осуществления которых компания получает прибыль, относятся добыча, транспортировка, переработка и реализация нефтепродуктов. Управленческие процессы определяют развитие компании и включают в себя стратегическое управление, управление финансами, маркетингом, технологиями и персоналом. К обеспечивающим процессам относится хозяйственное обеспечение, ИТ- обеспечение, налоговый, бухгалтерский учет, обеспечение безопасности и другие.

Вертикальная интеграция нефтяных компаний несет в себе следующие преимущества: сокращение затрат вследствие создания единого производственного цикла; усиление влияния на отрасль за счет объединения капиталов; возможность самостоятельного осуществления проектов, требующих значительных финансовых и прочих вложений.

К основным сложностям стратегического управления ВИНК можно отнести сложность в распределении средств между компаниями, входящими в холдинг; необходимость поддержания равновесия между начальными и конечными процессами компании, что в конечном итоге означает полную согласованность процессов на всех этапах производства; введение новой системы управления вследствие объединения бизнесов, требующих различных управленческих подходов.

Вышеописанные черты ВИНК, как положительные, так и отрицательные, привели к тому, что нефтяная промышленность стала одним из крупнейших потребителей услуг IT-сектора, якорным заказчиком, для которого создаются продукты, затем реализуемые на более широком рынке [1]. В настоящее время наряду с остальными отраслями происходит цифровая трансформация нефтегазовой отрасли, включающая в себя внедрение информационных технологий в основные бизнес-процессы компаний и сопряженные с ним организационные изменения, основанные на управлении цифровыми активами. Основными задачами цифровой трансформации в условиях ужесточения конкуренции, снижении стоимости нефти, экономической неопределенности и увеличении доли трудноизвлекаемых запасов являются: оптимизация производственных затрат и трат на ремонт обо-

рудования, повышение производительности, обеспечение устойчивого развития в кризисных условиях, мониторинг и возможность управления процессами различных участников холдинга из единого центра.

Выделяется 6 направлений цифровой трансформации нефтегазового комплекса:

1. Продвинутая аналитика и большие данные. Данные считаются основным фактором повышения эффективности функционирования компании. В условиях современных технологий активно используется возможность извлекать данные практически из любого производственного объекта, однако часто эта информация используется для принятия локальных, ситуативных решений и не становится объектом анализа, на основе которого возможно принятие решений на уровне компании. В настоящее время не стоит проблемы отсутствия данных, но присутствует проблема их централизованного сбора, хранения, обработки и использования. Цифровая трансформация предполагает переход от управления физическими активами к управлению информацией. Данные становятся активом наряду с основными средствами или финансовыми вложениями.

2. Мобильные устройства. В зависимости от задач, могут использоваться как для контроля различных технологических процессов, так и для стратегического управления компанией. Информация поступает с различных датчиков в реальном времени, что обеспечивает быстроту принятия решений.

3. Интернет вещей (IoT). Обеспечивает автоматизацию процессов за счет обмена информацией между объектами – участниками технологического процесса, позволяющего обеспечить их согласованную работу. Наряду с этим, под интернетом вещей понимаются различные датчики, расположенные на оборудовании и собирающие большие объемы ценной информации.

4. Облачные технологии. Создают единую защищенную информационную среду с возможностью доступа к большим объемам данных сотрудников различных подразделений из любой точки мира.

5. Искусственный интеллект. Позволяет строить модели, способные эффективно предсказывать различные параметры, что позволяет значительно сэкономить на исследованиях. Вместе с тем искусственный интеллект способен прогнозировать события на сырьевых и финансовых рынках.

6. Роботизация. Дистанционное управление, необходимое из-за экстремальных условий работы и на большой удалении, может быть осуществлено за счет внедрения робототехники. В современных условиях компаниями активно применяются дроны (например, для обнаружения утечек в трубопроводах).

Цифровая трансформация делает возможной компрессию процессов, т.е. их упрощение и синхронизацию за счет создания единой цифровой экосистемы. В первую очередь, компрессии может быть подвергнута система управления производственными процессами за счет объединения в сети оборудования и производственных цехов. Результат цифровой трансформации – создание цифровой бизнес- модели, что приводит к кардинальному изменению принципов функционирования компании и значительной прибыли. В настоящий момент экономия от цифровизации оценивается 30-50 млрд долларов в секторе upstream и около 15-20 млрд – в downstream.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Рассмотрим цифровизацию на примере трансформации процессов геологоразведочных работ компании ПАО "Газпром нефть". Путем проведения мозговых штурмов, выдвижения гипотез и анализа был предложен цифровой программы "Когнитивная геология" на продуктовый подход.

На этой основе были созданы бизнес продукты - крупные и целостные объекты управления - ГЕОменеджер, ГЕОсфера, ГЕОлог, ГЕОмейт, ГЕОвайзер, ГЕОданные. Каждый из них имеет цифровую и технологическую базу, что позволяет повысить эффективность всей системы.



Рис. 1. Структура связи бизнес продуктов

Связь этих бизнес продуктов образует жизненный цикл: доступ (получение прав пользования активом), поиск (подтверждение нефтегазовых месторождений), оценка (подтверждение экономической привлекательности) и наконец выбор.Также структура этой связи - лестничная, поэтому каждый следующий этап в качестве основы имеет данные, полученные от предшествующего

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Оптимизация осуществляется за счет поддержки производственного процесса цифровыми технологиями. Такие технологии, помимо сбора и анализа данных, связывают и бизнес продукты.

Работы стали проходить в 2 раза быстрее (8,4 мес. по сравнению с 19,3 мес.) за счет ускоренияпроведения этапов планирования (235 дней по сравнению с 50), полевых (181 день по сравнению с140) и камеральных (361 день по сравнению с 180) работ.

Повышение качества результатов сейсморазведочных работ путем применения цифровых двойников СРР.

Достижение максимального синергетического эффекта, обладающих свойством аддитивности.

100% Бизнес-процесса покрыто продуктами программы ДГРРиРРБ "Когнитивная геология"

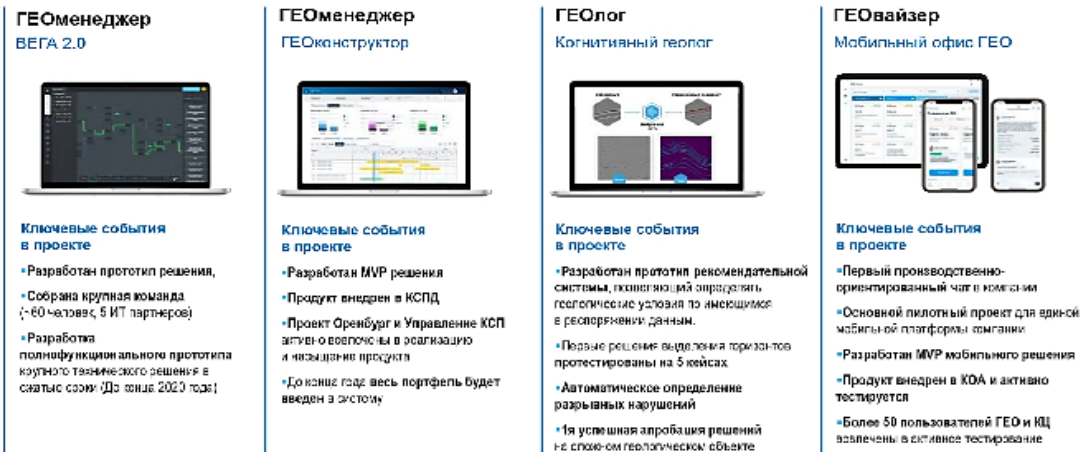


Рис. 2. Ключевые достижения по продуктам



Рис. 3. Ключевые достижения по продуктам

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В нашей работе было подробно рассмотрено понятие ВИНК, его особенности, и преимущества с точки зрения управления бизнес-процессами. Также были освещены важные аспекты и сильные стороны цифровизации нефтегазового сектора в целом. Были также выделены основные направления и цели развития, исходящие из стоящих вопросов и проблем и тем, которые появятся в обозримом будущем. В том числе в статье было уде-

лено внимание особенностям управления нефтегазовыми компаниями в условиях цифровизации. Все это было рассмотрено на конкретном примере трансформации процессов геологоразведочных работ компании ПАО "Газпром нефть", были выделены изменения, которые претерпел этот сектор, и новшества в управлении, которые появились вследствие изменений.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель Яковлева Елена Владимировна, доцент, доктор экономических наук.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сулоева С. Б., Мартынов В. С. Особенности цифровой трансформации предприятий нефтегазового комплекса. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-tsifrovoy-transformatsii-predpriyatiy-neftegazovogo-kompleksa (дата обращения: 28.11.2022).

2. Шиян С. И., Чуприн Э. Н. Особенности вертикально интегрированных нефтяных компаний в условиях российского рынка на примере ПАО «Нефтяная компанияЛукойл». URL: http://id-yug.com/images/id-yug/SET/2020/1/2020-1-262-277.pdf (дата обращения: 28.11.2022).

3. Ватутина Л. А., Злобина Е. Ю., Хоменко Е. Б. Цифровизация и цифровая трансформация бизнеса: современные вызовы и тенденции. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-i-tsifrovaya-transformatsiya-biznesa-sovremennye-vyzovy-i-tendentsii#:~:text=Так (дата обращения: 28.11.2022).

4. Цифровая трансформация нефтегазовой промышленности. Модернизация разработки и добычи с помощью инновационных технологий. URL: https://www.ibm.com/downloads/cas/JLE286ZX (дата обращения: 28.11.2022).

5. Пескова Д. Р., Ходковская Ю. В., Шарафутдинов Р. Б. Цифровизация бизнес-процессов в нефтегазовых компаниях. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37134058&ved=2ahUKEwihvbaqlsb6AhXUDRAIHa4VCkwQFnoECAwQAQ&usg=AOvVaw1rXnuL3ssnYSNwUy_qGKfF (дата обращения: 28.11.2022).

6. Цифровая трансформация нефтегазовой отрасли. URL: https://www.cdu.ru/tek_russia/issue/2021/8/933/ (дата обращения: 28.11.2022).

УДК 621.51:338.3

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЧНОСТНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОНСТРУКЦИИ ПОРШНЯ

Н. А. Клочков, М. В. Щукина, И. М. Филимонов
Омский государственный технический университет, Омск, Россия

N. A Klochkov, M. V. Schukina, I. M. Filimonov
OmSTU, Omsk, Russia

Аннотация. Ввиду большого развития и разнообразия рынка компрессорного оборудования появляется вопрос о целесообразности и экономической выгоде использования самого старого типа компрессоров, а именно поршневых. Целью данной работы является расчёт и повышение путем модернизации экономического показателя надежности поршня 1й ступени компрессорной станции КСБУ-1-5А. Задача работы заключается в рассмотрении целесообразности усовершенствования данного тронкового поршня. Исследования проводилось методом прочностного расчета с помощью CAE-систем и CAD-систем. В результате усовершенствования поршня его экономическая надежность увеличилась на 70%, что явно говорит о выгоде и больших перспективах модернизации поршней с целью увеличения их прочности. Внедрение улучшенного поршня в компрессорную установку позволит увеличить срок службы поршней и уменьшить затраты на ремонт, так как уменьшится количество поломок и отказов оборудования.

Ключевые слова: поршень, поршневой компрессор, буровая установка, компрессорная станция, прочностные характеристики.

I. ВВЕДЕНИЕ

Компрессоры – повсеместно применяемый вид оборудования. По необходимым параметрам таким, как степень повышения давления и производительность можно найти подходящее компрессорное оборудование для каждой определенной технической задачи. Однако, стоит учитывать и прочностные характеристики компрессора [1].

Поршень и поршневые кольца являются рабочими частями поршневых компрессоров, подверженной трению и постоянным нагрузкам. Поршень подвергается следующим нагрузкам:

1) Силы давления газов;
2) силы инерции;
3) тепловые нагрузки (соприкосновение дна поршня с рабочим газом);
4) тепловые нагрузки от бокового трения о стенки цилиндра;
5) боковое усилие со стороны цилиндра.

Основные требования, предъявляемые к поршню: обеспечение герметичности внутрицилиндрового пространства, высокие прочностные и жесткостные характеристики, наименьший из возможных вес, хорошая теплоотдача и теплопередача, отсутствие деформаций, стойкость на износ, наименьшие потери на трение [2].

Рассчитывая поршень на прочность, проверяют напряжение изгиба, расчет на сжатие и наибольшее условное давление. Все перечисленные характеристики должны быть меньше или равны предельным значением каждой величины. Чем этот предел больше и чем ближе к нему расчётные значения, там больше циклов нагрузок выдержит данный поршень [3].

Такие вычисления не трудоемкие и не ресурснозатратные, при этом определяется прочность поршня т.е. выдержит ли он рабочие нагрузки, так же можно посчитать межремонтный срок службы. Чем выше данные характеристики, там поршень лучше и дороже, соответственно стоит выбирать оптимальную деталь по соотношению «цена-качество».

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Задачей данной работы является рассмотрение экономических аспектов, целесообразность применения и усовершенствования тронкового поршня компрессорной станции КСБУ-1-5А.

III. ТЕОРИЯ

Рассчитаем экономический показатель надежности $К_э$ поршней (1) – сумма затрат, связанных с изготовлением $Q_и$ и эксплуатацией $Q_э$ машины, отнесенная к длительности её эксплуатации $Т_э$:

$$К_э = \frac{Q_и + Q_э}{Т_э}. \quad (1)$$

Если значение Кэ стремится к минимальному значению, значит распределение средств можно считать рациональным.

К тому же, следует заметить, что чем изначально дороже поршень, тем в дальнейшем дороже будет его замена, хоть и через больший промежуток времени, в сравнении с более дешевым. Экономически, в данном случае расходы на амортизацию данного вида оборудования растянутся на более длительный срок и в один отчетный период будут иметь сумму, примерно равную расходам на амортизацию более дешевого поршня (меньший срок амортизации). Соответственно, такой вид затрат примерно равен между собой и предпочтение стоит отдавать более надежному предмету.

Поршни компрессорной станции КСБУ-1-5А.

КСБУ-1-5А – компрессорная станция, предназначенная для сжимания газа от 0,1 МПа до 0.8 МПа и подачи газа в системы пневматического управления и устройства малой механизации буровых установок. Тип компрессора – поршневой, V-образный, имеет 4 цилиндра и 2 ступени сжатия простого действия. Производительность по условиям всасывания составляет 0.083 л/с. Поршни в таком компрессоре тронковые с диаметром 1 ступени – 210 мм (Алюминий АК4), 2 ступени – 120 мм (Сталь 40Х).

С увеличением количества ступеней диаметр поршней уменьшается, что уменьшает и их стоимость, однако при поломке как самого дорогого (большого) из них, так и самого дешевого (маленького) убытки от простоя будут одинаковые при разных затратах на ремонт.

Так, поршень первой ступени данного компрессора стоит 5498р, а поршень второй ступени 2300р. Однако, один час простоя буровой установки в зависимости от типа оборудования может стоить от 30000 до 200000 рублей.

По формуле 1 рассчитаем экономический показатель надежности поршней 1 и 2 ступени.
Для поршня 1 ступени примем, исходя из данных по компрессору [1]:
Qи = 5498 рублей; Qэ = 2100 рублей; Тэ = 5000 часов.
Для поршня 2 ступени: Qи = 2300 рублей; Qэ = 1250 рублей; Тэ = 3000 часов.
Отсюда экономический показатель надежности поршня 1 ступени (2):

$$К_э = \frac{5498+2100}{5000} = 1{,}5196 \frac{руб}{час}. \quad (2)$$

А экономический показатель надежности поршня 2 ступени (3):

$$К_э = \frac{2300+1250}{3000} = 1{,}183 \frac{руб}{час}. \quad (3)$$

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Исходя из полученных данных, поршни меньшего диаметра экономически надежнее и выгоднее. В данном случае, для увеличения экономической надежности поршней первой ступени поможет модернизация поршня (добавление ребер жесткости) (рис. 1).

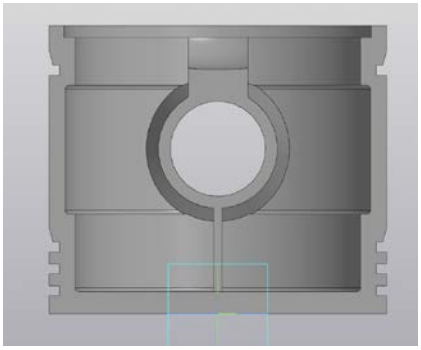


Рис. 1. Модернизированный тронковый поршень первой ступени компрессора КСБУ-1-5А

Для расчёта прочности в системе ANSYS были приняты граничные условия, соответствующие рабочим условиям в компрессоре КСБУ-1-5А: давление – 0,8 МПа и температура 140 °С. Далее была построена сеточная модель и определенны предел прочности поршня (эквивалентные нагрузки) до модернизации (рис. 2) и после (рис. 3), а так же деформация поршня до модернизации (рис. 4) и после (рис. 5).

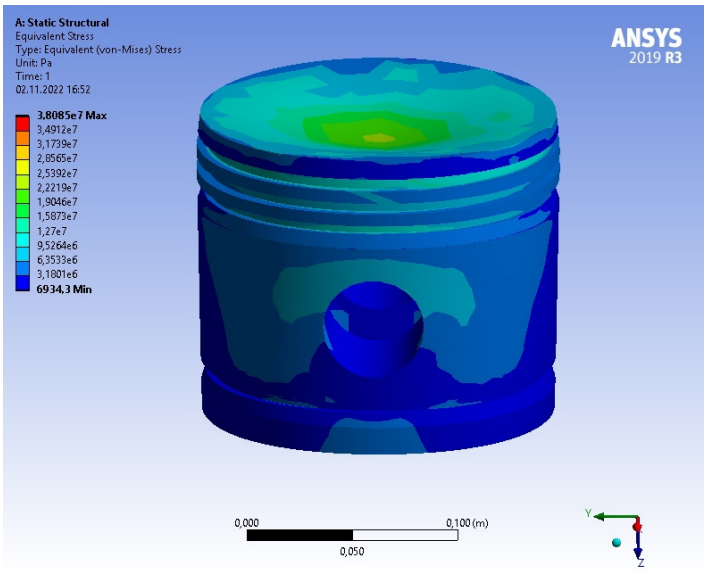


Рис. 2. Предел прочности поршня первой ступени до модернизации

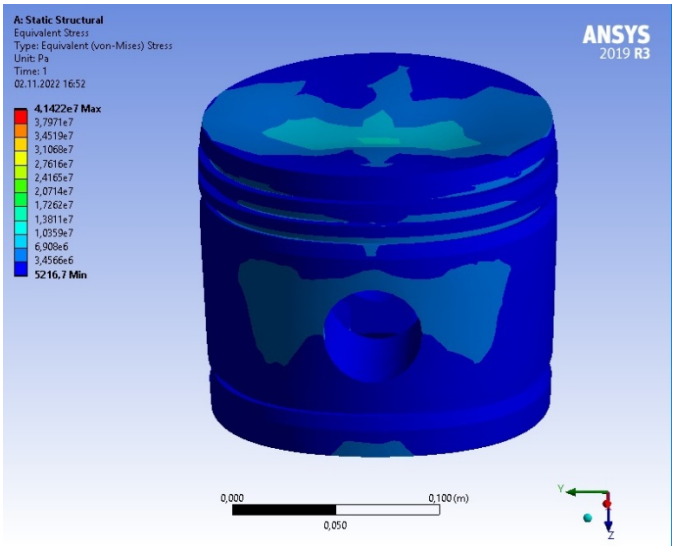


Рис. 3. Предел прочности поршня второй ступени после модернизации

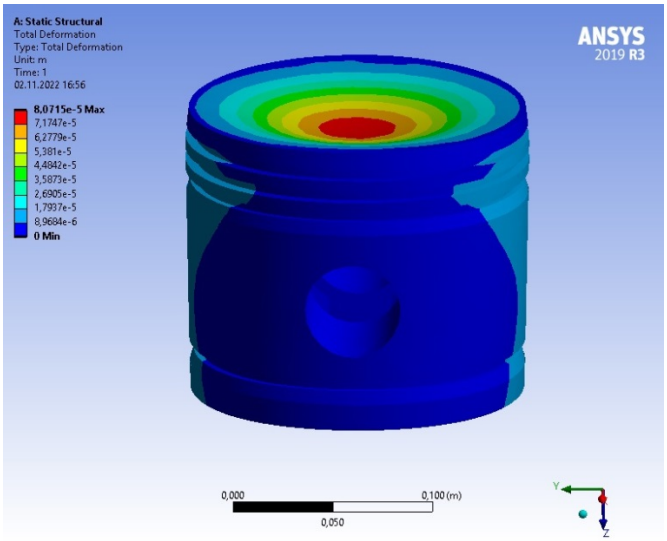


Рис. 4. Деформации поршня первой ступени до модернизации

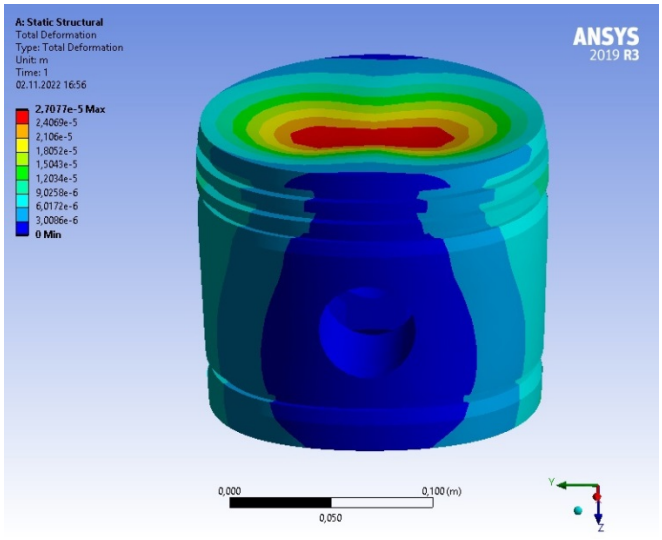


Рис. 5. Деформация поршня первой ступени после модернизации

При малых затратах на проектирование модернизированной модели и её расчёт, мы получим увеличение прочности на 20% (эквивалентные нагрузки выросли с $3.8 \cdot 10^7$ МПа до $4.14 \cdot 10^7$ МПа) . Следовательно, длительность эксплуатации эквивалентно возрастет до 6500 часов, а затраты на изготовление вырастут незначительно, при этом показатель надежности составит (4):

$$К_э = \frac{5498+2100}{6500} = 1{,}169 \frac{руб}{час}. \quad (4)$$

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Таким образом, путем простой модернизации был повышен показатель экономической надежности поршня, вследствие чего применение данной установки стало экономически намного выгоднее и целесообразнее. Модернизация позволила повысить срок службы поршня, уменьшив тем самым расходы.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассчитывая самые минимальные и необходимые экономические показатели можно сделать выводы, что поршни компрессорной станции КСБУ-1-5А имеют среднюю экономическую надежность. Однако, поршневые компрессоры отлично работают в жестких условиях (пыль, грязь, перепады температур), легко чинятся, не требуя специально обученного персонала, недорогие запчасти относительно стоимости компрессора (102000р), поэтому данная установка широко применяется. После модернизации, не требующей больших затрат, экономическая надежность повысилась до удовлетворительных пределов (повысилась на 77%).

При рассмотрении экономических аспектов прочностных характеристик поршней и его модернизации стоит обращать внимание не только на цифры и абсолютные показатели, но и на место, внешние параметры предполагаемой работы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Изготовление компрессоров. URL: https://krpr.ru/product/izgotovlenie-kompressorov/ (дата обращения: 13.03.2022).

2. Пластинин П. И. Поршневые компрессоры. Т. 1. Теория и расчет. М.: Колос, 2000. 456 с. ISBN 5-10-003525-0.

3. Пластинин П. И. Поршневые компрессоры. Т. 2. Основы проектирования М.: Колос, 2008. 711 с. ISBN 978-5-9532-0228-8.

УДК 662.758.2:338.314

РАЗВИТИЕ СЫРЬЕВОЙ БАЗЫ КАТАЛИТИЧЕСКОГО КРЕКИНГА НА ПРИМЕРЕ УСТАНОВКИ 43-103 АО «ГАЗПРОМНЕФТЬ-ОНПЗ»

А. С. Коркишко

Омский государственный технический университет, Омск, Россия

A. S. Korkishko

Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В статье исследована возможность развития сырьевой базы каталитического крекинга путём добавления к исходному вакуумному газойлю тяжёлого газойля коксования. Показано, что добавление тяжёлого газойля оказывает положительное влияние на расширение ресурсов сырья ввиду увеличения выхода бензиновой фракции и более эффективного использования потенциала установки. Выполнен расчёт моделирования процесса каталитического крекинга 43-103 в среде Aspen HYSYS с калибровкой модели по данным эксплуатации установки. Технико-экономическая оценка технологического решения выполнена в среде Aspen PIMS с оценкой чистого дисконтированного дохода и периода окупаемости.

Ключевые слова: установка 43-103, каталитический крекинг, моделирование, чистый дисконтированный доход, период окупаемости.

I. ВВЕДЕНИЕ

Установка каталитического крекинга выступает в качестве одного из самых популярных многомощностных объектов нефтепереработки и определяет важнейшие технико-экономические факторы инновационных и перспективных НПЗ [1].

Основной задачей процесса представляется извлечение с максимальным выходом (до 50% и более) высококачественной присадки бензина с октановым пунктом 85-93. Выделяющийся лёгкий газойль часто используется как составляющая дизельного топлива, а тяжёлый газойль с высоким значением полициклической ароматики – как основа для технического углерода и игольчатого кокса. При этом также образуется большое количество сжиженных газов, насыщенных пропан-пропиленовой и бутан-бутиленовой фракциями [2].

За долгосрочный период развития каталитический крекинг много раз модернизировался по методам контакта сырья и катализатору (гранулированные катализаторы на основе природных глин, шариковые синтезированные алюмосиликаты, микросферические алюмосиликаты). Эти модернизации стали причиной радикальныхизменений технологии процесса, позволившие нарастить выход основного продукта – компонента бензина от 30-40 до 50-70% масс.[3].

Достигнутые улучшения стали причиной вовлечения в нефтепереработку утяжелённого сырья: на ранних этапах развития это были керосинового-газойлевые фракции, далее – вакуумные газойли, а сейчас часто в роли сырья применяют остатки нефтепереработки: мазуты, деасфальтизаты и их смеси с вакуумными дистиллятами.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Быстрый рост нефтепереработки и нефтехимии во всём мире в настоящее время спровоцирован угрозой утяжеления сырья, изменением состава, а также ухудшением его качества. Задача высокомаржинального использования сырья остается актуальной на несколько десятилетий вперёд. Вследствие этого статья направлена на повышение эффективности вторичных процессов производства, что позволит увеличить глубину переработки нефти.

Одним из вариантов решения данной проблемы является направление тяжелого газойля на установку каталитического крекинга 43-103 АО «Газпромнефть-ОНПЗ», частично заменяя его использование в качестве товарного продукта ТКМ-16. Такой метод переработки позволяет наращивать выработку более ценных светлых продуктов с установки каталитического крекинга.

Для анализа экономической эффективности принятого технологического решения использовалась программа Aspen PIMS, применяемая для оценки плана производства нефтеперерабатывающего завода.

III. ТЕОРИЯ

Для решения поставленной задачи использовался метод компьютерного моделирования в ПО Aspen HYSYS. В качестве исходных данных задавался: состав и расход сырьевого потока и режимные параметры колонн, реактора согласно фактическим данным [4].

Сырьем каталитического крекинга 43-103 является атмосферный и вакуумный газойль с установок АВТ, масляные дистилляты, сухой газ ГФХ, конденсат факела, а также бензиновая фракция 43-103 с. 100. Температура верха фракционирующей колонны 117°С, куба 336°С, общее число тарелок 40, температура верха колонны стабилизации 45°С, куба 143°С, общее число тарелок 92.

Загрузка установки 43-103 составляет 3100 т/сут, температура в реакторе 505°С. На первом этапе выполнено компьютерное моделирование, калибровка реакторного блока 43-103 без вовлечения тяжёлого газойля, схема технологической модели представлена на рис.1.

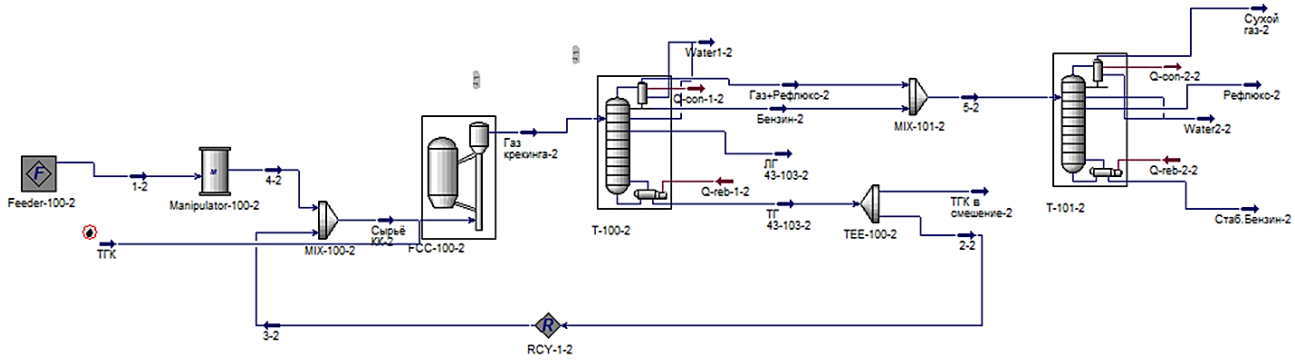


Рис. 1. Модель реакторного блока после вовлечения тяжёлого газойля в среде ПО Aspen HYSYS

После вовлечения потока тяжёлого газойля коксования из модели выделим материальный баланс, а также сравним его с балансом исходной модели.

Таблица 1

Материальные балансы модели до и после модернизации

Поток	Модель 1, % масс.	Модель 2, % масс.	Отклонения, % масс.
Сухой газ	4.32	4.14	-0.18
Рефлюкс	13.26	13.06	-0.2
Бензин	50.10	49.87	-0.23
ЛГ	15.95	15.15	-0.80
ТГ	11.55	12.66	1.11
Кокс	4.82	5.12	0.30
Итого	100.00	100.00	

За модель 1 принимается модель без вовлечения стороннего сырья, за модель 2 с вовлечением стороннего сырья. Наблюдаем прирост тяжёлого газойля крекинга на 1 процент в основном за счёт лёгкого газойля. Снижение отборов светлых компенсируется высвобождением дополнительных 310 т/сут вакуумного газойля и вовлечением его на более маржинальные установки крекинга.

Для оценки в среде Aspen PIMS было проведено моделирование новых сырьевых и продуктовых потоков в подмодели установки 43-103, а также внесение информации о качестве продуктовых потоков при работе на альтернативном режиме в соответствующие таблицы [5].

Проведение технико-экономической оценки проведено с помощью расчета основных показателей экономической эффективности проекта: NPV, DPP, PI.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

При вовлечении тяжёлого газойля коксования наблюдается положительное отклонение финансового результата 0,36 % годовой прибыли предприятия. Эффект обусловлен увеличением выхода более маржинальных продуктов крекинга при крекировании тяжёлого газойля коксования при базовом направлении тяжёлого газойля в низкомаржинальный ТКМ-16. Также наблюдаем дозагрузку установки 43-107 по причине высвобождения дополнительных объёмов вакуумного газойля.

Выход светлых нефтепродуктов, увеличивающийся при вовлечении тяжёлого газойля коксования:

$$\text{Выход светлых} = ((3100 * 30) * 0.1 * 0.8)/(\frac{20000000}{12}) * 100\% = 0.46\%$$

Глубина переработки изменится ровно на то значение тяжёлого газойля коксования, которое мы извлекаем из ТКМ-16, отнимая объём сделанного тяжёлого газойля и кокса:

$$\text{Дельта глубины переработки} = \frac{(9300 - 1300)}{\frac{20000000}{12}} * 100\% = 0.5\%$$

Для реализации проекта необходимы затраты на проектно-изыскательские и строительно-монтажные работы для подключения нового трубопровода, насосного оборудования.

Таблица 2

Инвестиционные затраты на модернизацию

Наименование оборудования иработ	Количество, шт.	Цена, млн. руб.	Затраты, млн. руб.
Насос BLACKMER	1	1.805	1.805
Обвязка, изоляция, арматура			2.01
Доставка оборудования			0.376
Строительно-монтажные работы			12.38
Проектно-исследовательские работы			3.25
Трубопровод			12.41
Прочие			1.87
Итого			34.101

Таким образом, затраты на покупку и монтаж оборудования, необходимые для модернизации блока, составят 34.101 млн рублей.

Расчет годовых амортизационных отчислений на восстановление оборудования произведен на основе равномерного метода начисления амортизации (амортизационная стоимость объекта основных средств, за вычетом его ликвидационной стоимости, начисляется в равной пропорции по периодам на протяжении срока эксплуатации).

Таблица 3

Амортизационные отчисления на восстановление оборудования

Амортизируемая стоимость, млн руб.	Полезный срок службы оборудования, лет	Годовые амортизационные отчисления, млн руб
34.101	15	2.27

Результаты преобразования сравниваются с затратами на преобразование. Разность между результатами и затратами за год представляет собой экономический эффект преобразования.

Таблица 4

Экономический эффект преобразований

Наименование затрат	Экономия (+)/превышение(-) затрат, млн.руб/год
1	2
Амортизационные отчисления на восстановление дополнительного оборудования	-2.27
Изменение прибыли	+39.45
Итого	+37.18

Принимая ставку дисконтирования 12%, расчет чистого дисконтированного дохода (NPV) представляет собой:

$$\mathrm{NPV} = \sum_{j}^{n} \frac{Ф}{(1+i)^{j}} - \mathrm{PVI} = 37.18 + \left(\frac{37.18}{(1+0.12)^{3}} + \frac{37.18}{(1+0.12)^{4}} + \cdots \frac{37.18}{(1+0.12)^{17}}\right) - 34.101 = 185.1 \text{ млн. руб}$$

DPP – дисконтированный период окупаемости – срок, по истечению которого затраты приравниваются прибыли.

$$\mathrm{DPP} = \min(n) \text{ когда} \sum_{t=0}^{n} \frac{\mathrm{CF}_t}{(1+i)^{t}} > \mathrm{PVI} = 1 \text{ год}$$

PI – индекс прибыльности – количество единиц прибыли, получаемые на единицу затрат.

$$\mathrm{PI} = \frac{\mathrm{NPV}}{\mathrm{PVI}} + 1 = \frac{185.1}{34.101} + 1 = 6.43$$

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Для оценки эффективности мероприятий необходимо сравнить рассчитанные основные экономические показатели с признанными нормами.

На основе чистого дисконтированного дохода условием принятия инвестиционного решения становится значение больше 0. Так как рассчитанное значение NPV составляет 185.1 млн. руб., то на основе этого критерия проект считается эффективным.

Критерий PI имеет преимущество при выборе одного проекта из ряда имеющих примерно одинаковые значения NPV, но разные объемы требуемых инвестиций. Если PI > 1, то проект следует принять; если PI < 1, то проект следует отвергнуть; если PI = 1, проект ни прибыльный, ни убыточный. Индекс проекта, описанного в статье, соответствует норме прибыльности.

При оценке сроков окупаемости нет универсальных норм, каждый случай рассматривается комиссией обособлено при учёте необходимых трудозатрат. При рассмотрении крупных производств срок окупаемости до 5 лет считается приемлемым, из этого следует, что предложенные технологические решения оправдывают необходимые вложения.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Построена компьютерная модель реакторного блока каталитического крекинга 43-103 в среде ПО Aspen HYSYS по фактическим данным с выходами продуктов, не превышающими типичные отклонения при анализе нефтепродуктов.

В результате расчёта показано, что при вовлечении тяжёлого газойля коксования в сырьё каталитического крекинга в объёме 10% масс., выход тяжёлого газойля коксования увеличивается на 1% масс., за счёт выхода лёгкого газойля, при этом глубина переработки нефти возрастает на 0.5%.

Технико-экономическая оценка технологического решения показала, что чистый дисконтированный доход составляет 185.1 млн. руб., период окупаемости – 1 год, при этом расходы на монтаж нового трубопровода, насосное оборудование, пуско-наладочные работы составили 34.101 млн. рублей.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Работа выполнена при финансовой поддержке Омского государственного технического университета, АО «Газпромнефть-ОНПЗ».

Научный руководитель - доктор экон. наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента и сервиса Яковлева Елена Владимировна.

Автор благодарит доктора экон. наук, доцента, заведующую кафедрой менеджмента и сервиса Яковлеву Елену Владимировну.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мановян А. К. Технология переработки природных энергоносителей. М.: Химия: КолосС, 2004. 456 с.

2. Ахметов С. А. Технология глубокой переработки нефти и газа: учеб. пособие. Уфа: Гилем, 2002. 673 с.

3. Гуров Ю. П. Расчет реактора установки каталитического крекинга / ТюмГНГУ. Тюмень, 2015. 24 с.

4. Фуфаев А. Л., Козлов П. В., Писаревский Д. В. Эффективность применения Aspen PIMS в процессах планирования ООО «Газпром Нефтехим Салават» // Газовая промышленность. 2018. № 4. С. 72–74.

5. Kamal I. M. Al-Malah. Aspen Plus. Chemical Engineering Applications. New Jersey: Wiley, 2017. 621 с.

УДК 005

УПРАВЛЕНИЕ ПО ЦЕНТРАМ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СИСТЕМЕ АДМИНИТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Е. А. Костенко

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

E. A. Kostenko

V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

Аннотация. Научная статья посвящена исследованию такой методики внутрифирменного управления, как управление по центрам ответственности. В работе рассматривается понятие центра ответственности (далее – ЦО) в аспекте административного управления, приводится детализированная классификация центров ответственности, исследуются основные принципы функционирования ЦО, раскрываются преимущества управления по центрам ответственности, обосновывается практическая значимость данной методики внутрифирменного управления в современных условиях функционирования субъектов предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: административный менеджмент, центр ответственности, учет ответственности, эффективность управления, персонификация ответственности.

I. ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях быстрой изменчивости, повышенного риска и неопределенности внешней среды, цифровизации экономики и трансформации социально-экономических отношений, высокой конкуренции между экономическими агентами, субъекты предпринимательской деятельности ставят в качестве приоритетной цели максимизацию прибыли при наиболее эффективном сочетании имеющихся факторов производства и ищут наиболее выгодные способы реализации бизнес-процессов. При этом особое значение в достижении общеорганизационных целей имеет система управления, ее состояние, структура, возможность видоизменения и адаптации к новым условиям внешней среды, в соответствии с которой менеджеры осуществляют административно-управленческие функции на предприятии. В частности, ускоренному достижению организационных целей способствует такая система управления, которая соответствует принципам административного менеджмента и подразумевает грамотное сочетание трех взаимосвязанных элементов «полномочия – ответственность – результат» [3]. Такая система внутрифирменного управления соответствует управлению по центрам ответственности, которые выступают одними из наиболее эффективных способов распределения полномочий и ответственности, ее персонификации и учета в общей системе управления предприятием.

Учитывая, что управление по центрам ответственности может быть реализовано и адаптировано частично в работе малых предприятий, преимущественно – в работе средних и крупных предприятий, целесообразно проанализировать статистические данные, отражающие количество микропредприятий и малых предприятий (рисунок 1), а также количество средних и крупных предприятий в Российской Федерации (рисунок 2). Это позволит выявить круг потенциальных объектов, в деятельности которых может быть реализовано управление по центрам ответственности, что актуализирует исследуемый вопрос и обоснует его практическую полезность для современных предприятий.

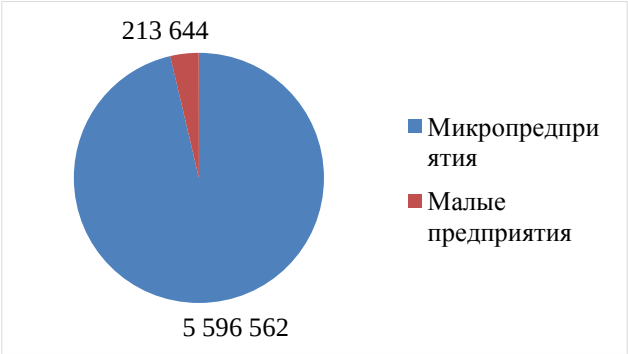


Рис. 1. Численность субъектов малого предпринимательства в Российской Федерации (по состоянию на 10.09.2022) [5]

На основании данных, представленных на рисунке 1, можно сделать микровывод, что в структуре субъектов предпринимательской деятельности, среди юридических лиц, наибольшую долю занимают представители малого предпринимательства (микропредприятия и малые предприятия), суммарно включающие 5 810 206 предприятий (99,5% от общего числа предприятий РФ). Стоит отметить, что последовательное развитие микропредприятий и малых предприятий позволит им в перспективе масштабировать деятельность, перейти в статус среднего или крупного предприятия.

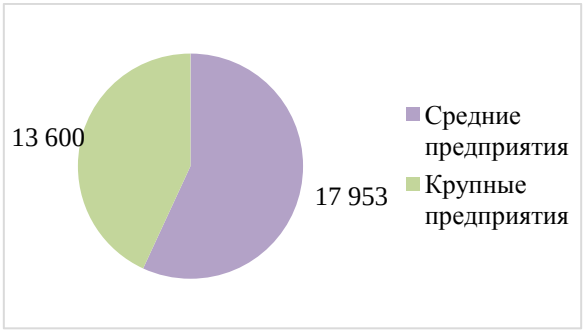


Рис. 2. Численность субъектов среднего и крупного предпринимательства в Российской Федерации (по состоянию на 10.09.2022) [6]

Анализ данных, отраженных на рисунке 2, позволил выявить, что в Российской Федерации функционирует 17 953 субъекта среднего предпринимательства (0,3% от общего числа предприятий в РФ), а также 13 600 субъектов крупного бизнеса (0,2% от общего числа юридических лиц в РФ). С учетом нормативных значений численности персонала средних и крупных предприятий, можно утверждать о приверженности данных предприятий к формированию отдельных подразделений в рамках общей организационной структуры, с целью оптимизации работы сотрудников и их координации в рамках отдельных направлений деятельности предприятия и его функциональных областей. Для повышения эффективности функционирования данных подразделений предлагается такая методика внутрифирменного управления, как управление по центрам ответственности.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью исследования является углубленное изучение одного из наиболее перспективных методов внутрифирменного управления – управления по центрам ответственности.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

– изучить механизм работы центров ответственности в системе административного менеджмента;

– сформировать классификацию центров ответственности в детализированном виде;

– сформулировать принципы управления по центрам ответственности;

– выделить преимущества управления по центрам ответственности;

– обосновать целесообразность управления по центрам ответственности в текущих условиях экономического развития.

III. ТЕОРИЯ

Центром ответственности является сегмент, сфера деятельности, подразделение, в рамках которого менеджеру делегированы полномочия, а также ответственность за конкретные показатели, которые он контролирует в процессе работы подразделения и впоследствии отчитывается за полученные результаты перед менеджером вышестоящего уровня управления.

Работа центров ответственности основана на установлении плановых (бюджетных) показателей, достижение которых является приоритетной задачей менеджеров подразделений. Показатели, устанавливаемые для центра ответственности, в обязательном порядке должны быть контролируемыми иуправляемыми на данном уровне управления и в данной функциональной сфере.

Ответственность за управление и контроль над показателями и их достижением персонализируется, присваивается конкретному менеджеру, руководителю подразделения. Отчет руководителей ЦО базируется на сопоставлении фактических и плановых показателей, выявлении отклонений, определении причин отклонений, а также разработке плана мероприятий по корректировке показателей с перспективой их реализации [1].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В таблице 1 представлена классификация центров ответственности с детализацией показателей, контролируемых менеджерами подразделений в рамках сегмента их деятельности [7].

Таблица 1

Классификация центров ответственности

Наименование центра ответственности	Содержание центра ответственности	Ответственные подразделения/ руководители подразделений	Контролируемые показатели
Центр затрат	Подразделение/группа подразделений, руководители которых контролируют уровень текущих затрат, необходимых для выполнения бизнес-процессов, и обеспечивают соответствие фактических показателей плановым показателям затрат.	Производственный участок, производственный цех, директор по производству, начальник склада, отдел закупок.	Производственные затраты участка (затраты на сырье и материалы, з/п работников участка, энергозатраты), цеховые затраты (на контроль цеха, коммунальные услуги, амортизацию оборудования, з/п администрации цеха, текущий ремонт), складские затраты, себестоимость продукции.

Окончание табл. 1

Наименование центра ответственности	Содержание центра ответственности	Ответственные подразделения/ руководители подразделений	Контролируемые показатели
Центр доходов	Руководители подразделений обеспечивают соответствие текущих показателей доходов плановым значениям, контролируют уровень доходов, а также объем затрат, связанных с реализацией продукции.	Отдел маркетинга (отдел сбыта), отдел продаж, коммерческий директор.	Операционные расходы (коммерческие и общехозяйственные), выручка от реализации продукции, объем возвратов, выраженный в денежных единицах, совокупное значение предоставленных скидок, чистая выручка, иные доходы.
Центр управления и контроля	Сегмент деятельности (общепроизводственное и общехозяйственное управление), который несет ответственность за результаты данной деятельности [8].	Бухгалтерия, административно-хозяйственный отдел	Общепроизводственные затраты, управленческие расходы, коммерческие затраты.
Центр прибыли	Руководители подразделений контролируют достижение целевых показателей прибыли, являются ответственными за финансовые результаты деятельности предприятия.	Финансовый директор, генеральный директор.	Валовая прибыль, операционная прибыль, прибыль до налогообложения, чистая прибыль, нераспределенная прибыль.
Центр инвестиций	Руководители подразделений контролируют капиталовложения, движение денежных потоков на предприятии, соотношение свободных и заемных средств, возвратность капиталовложений и их эффективность.	Финансовый отдел, финансовый директор, генеральный директор, учредители.	Рентабельность активов, срок окупаемости инвестиций, доля вложений в НИОКР, рентабельность инвестиций, чистый приведенный доход, остаточная прибыль, экономическая добавленная стоимость.
Центр управления и контроля	Сегмент деятельности (общепроизводственное и общехозяйственное управление), который несет ответственность за результаты данной деятельности [7].	Бухгалтерия, административно-хозяйственный отдел	Общепроизводственные затраты, управленческие расходы, коммерческие затраты.

Управление по центрам ответственности, представленным в таблице 1, целесообразно реализовывать в соответствии с рядом принципов:

1. деятельность всех центров ответственности должна быть скоординирована через отлаженную коммуникационную систему на предприятии (центр инвестиций в обязательном порядке должен своевременно получать информацию о текущих показателях и результатах деятельности от центра затрат и центра доходов; центр инвестиций работает на основе информации о результатах деятельности центра прибыли; центр управления и контроля осуществляет взаимодействие со всеми подразделениями в аспекте общехозяйственных расходов);

2. отчеты центров ответственности должны составляться ежемесячно, причем менеджерам подразделений следует анализировать текущие результаты еще до их внесенияв отчет, выявлять причины отклонений и реализовывать корректирующие мероприятия для достижения плановых значений;

3. унифицированная форма отчетности должна быть заранее разработана руководителем высшего уровня управления и представлена руководителям всех подразделений с детализированной инструкцией по заполнению формы [4];

4. функционирование центров ответственности должно осуществляться на основе принципов «полномочия и ответственность», «принцип единоначалия»: во главе каждого центра ответственности стоит только один менеджер, который наделен достаточными для достижения целей полномочиями и ответственен за получение

требуемых результатов; отчитываться менеджер подразделения должен только перед одним руководителем – менеджером вышестоящего уровня [6];

5. все показатели в отчетности должны быть измеримы, конкретны и контролируемы менеджером в процессе работы центра ответственности;

6. мотивационная система должна быть основана на прямой зависимости вознаграждения и премирования руководителей центров ответственности от степени достижения ими плановых, целевых значений; система мотивации, вознаграждения и премирования должна быть открытой,прозрачной и понятной для менеджеров подразделений [2].

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В качестве преимуществ управления по центрам ответственности можно выделить следующие:

– предприятие осуществляет деятельность структурированно и рационально, так как ответственность логично распределяется между подразделениями, руководители центров ответственности максимально влияют на целевые показатели и направляют все ресурсы на их достижение; баланс между полномочиями и ответственностью влечет за собой получение желаемых результатов;

– цели и задачи подразделений являются частью организационных целей, следовательно, достижение целевых показателей центров ответственности способствует достижению организационных целей, результаты работы подразделений интегрируются в результаты деятельности предприятия, в целом; минимизируется риск возникновения такой патологии в структуре организации, как автаркия подразделений;

– соблюдается баланс между централизацией и децентрализацией управления, что позволяет осуществить переход к партисипативному управлению и повлиять на усиление вовлеченности и лояльности сотрудников;

– упрощается построение мотивационной системы для центров ответственности, поскольку каждый центр ответственности имеет заранее установленные измеримые показатели, на которые влияет и в зависимости от степени достижения показателей получает определенный размер вознаграждения и премии;

– повышаются качество оперативного и тактического управления, скорость и обоснованность принятия управленческих решений, гибкость реакции системы управления на меняющиеся факторы [9].

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, в современных условиях изменчивости внешней среды и динамичности социально-экономических отношений управление по центрам ответственности является одной из наиболее перспективных и рациональных методик осуществления управленческой деятельности. Внутрифирменное управление по центрам ответственности позволяет предприятию выстроить логическую систему, в которой персонализирована ответственность за выполнение конкретных бизнес-задач и достижение целевых показателей. Это обеспечивает упорядоченность и целенаправленность в достижении запланированных результатов, поддерживает баланс между централизацией и децентрализацией управления. Фокус подразделений (ЦО) на результат является основой повышения эффективности деятельности предприятий.

Управление по центрам ответственности является практически реализуемым и рекомендуемым к внедрению средними и крупными предприятиями.Анализ статистических данных позволил определить, что в структуре субъектов предпринимательской деятельности РФ преимущественно присутствуют микропредприятия и малые предприятия, к деятельности которых методика управления по центрам ответственности также может быть адаптирована.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАПНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ.

Научный руководитель: Р. А. Тимаев, Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, г. Симферополь, Россия

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Асаул А. Н., Квициния М. Г. Управление затратами и контроллинг: учеб. Сухум: Изд-во Абхаз. гос. ун-та, 2013. 290 с.

2. Карпова Т. П. Управленческий учет: учеб. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юнити-Дана, 2017. 351 с.

3. Делегирование, ответственность и полномочия. Основы менеджмента. URL: https://econ.wikireading.ru/66545 (дата обращения: 01.10.2022).

4. Керимов В. Э. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отдельных отраслях производственной сферы: учеб. 11-е изд., стер. М.: Дашков и К°, 2020. 384 с.

5. Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, сведения о которых содержатся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства // Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. URL: https://ofd.nalog.ru/statistics.html?level=2&fo&ssrf (дата обращения: 01.10.2022).

6. Файоль А. Общее и промышленное управление / пер. Б. В. Бабина-Кореня с предисл. А. К. Гастева. М.: Центральный институт труда, 1923. 122 с.

7. Полковский Л. М. Бухгалтерский управленческий учет: учеб. 3-е изд., стер. М.: Дашков и К°, 2022. 255 с.

8. Понятие и классификация центров ответственности. URL: https://studopedia.ru/11_86263_ponyatie-i-klassifikatsiya-tsentrov-otvetstvennosti.html (дата обращения: 01.10.2022).

9. Построение финансовой структуры компании. URL: https://www.cfin.ru/management/finance/financial_structure.shtml (дата обращения: 01.10.2022).

10. Статистика бизнеса в России. URL: https://мсп.рф/analytics/ (дата обращения: 01.10.2022).

УДК 658.18

АНАЛИЗ ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «ММК»)

А. Д. Крышня

ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского», г. Симферополь, Россия

A. D. Kryshnya

V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

Аннотация. В работе показана значимость проведения анализа ликвидности и диагностики как инструмента экономической диагностики финансового состояния предприятия. Рассмотрены вопросы теоретико-методического обеспечения проведения данного анализа. Изложены результаты экономической диагностики финансового состояния на примере ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат». В исследовании применялись следующие методы: анализ, синтез, классификация, формализация.

Ключевые слова: ликвидность, платежеспособность, анализ ликвидности предприятия.

I. ВВЕДЕНИЕ

Вопросам сущности ликвидности и платежеспособности предприятия посвящено немало работ отечественных авторов. Так, Тыняная А.П. и Лубков В.А. отмечают, что ликвидность – это «потенциальная способность предприятия рассчитаться по своим обязательствам, хотя бы с нарушением сроков погашения, предусмотренных контрактами» [1].

Криничанская Э.П., Чабанова М.К., в свою очередь, пишут, что платежеспособность предприятия «характеризуется ее возможностью и способностью своевременно погашать свои внешние обязательства. Ликвидность предприятия определяется наличием у нее ликвидных средств и отражает способность в любой момент совершать необходимые расходы. Платежеспособность и ликвидность как экономические категории не тождественны, но в практической деятельности они тесно связаны между собой» [2].

Молдован А.А. верно подчеркивает, что анализ ликвидности и платежеспособности «имеет свои источники, свою цель и свою методику. Источниками информации являются формы квартальных и годовых отчетов, включая приложения к ним, а также сведения, привлекаемые из самого учета, когда такой анализ проводится внутри самого предприятия» [3].

На основе вышеприведенных работ можно сделать вывод о том, что ликвидность и платежеспособность предприятия являются важными аспектами деятельности компании и характеризуют финансовую сторону функционирования хозяйствующего субъекта. В связи с этим, анализ данных составляющих финансовой деятельности предприятия является неотъемлемой частью при проведении общей экономической диагностики организации.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

На основе вышеприведенных работ можно сделать вывод о том, что ликвидность и платежеспособность предприятия являются важными аспектами деятельности компании и характеризуют финансовую сторону функционирования хозяйствующего субъекта. В связи с этим, анализ данных составляющих финансовой деятельности предприятия является неотъемлемой частью при проведении общей экономической диагностики организации. Главной задачей данного исследования является раскрытие сущности анализа ликвидности и платежеспособности предприятия на примере ПАО «ММК», как составной части оценки общего финансового состояния предприятия.

III. ТЕОРИЯ

Под платежеспособностью понимается наличие у предприятия денежных средств и их эквивалентов в количестве, достаточном для расчетов по кредиторской задолженности, требующей немедленного погашения. Говоря о ликвидности предприятия, имеют в виду наличие у него оборотных средств в размере, теоретически достаточном для погашения краткосрочных обязательств хотя бы и с нарушением сроков погашения, предусмотренных контрактами. Стоит отметить, что анализ ликвидности и платежеспособности проводится для определения уровня финансовой гибкости предприятия в краткосрочной перспективе, а информационной базой для анализа являются формы №1 «Баланс» и №2 «Отчет финансовых результатов». При проведении анализа необходимо различать понятия «ликвидность баланса», «ликвидность активов» и «степень ликвидности». Под ликвидностью баланса понимается возможность предприятия в установленные сроки с помощью имеющегося на его балансе имущества рассчитаться по своим обязательствам. Под ликвидностью активов понимается способность какого-либо актива трансформироваться в денежные средства в ходе предусмотренного производственно-технического процесса. Степень ликвидности определяется как величина, обратная времени, необходимому для превращения активов в денежные средства. Чем меньше время, которое потребуется, чтобы данный вид активов был переведен в денежную форму, тем выше его ликвидность [4]. Рассмотрим практический аспект анализа ликвидности предприятия на примере ПАО «ММК». Данный анализ будет состоять из двух этапов: составления баланса ликвидности (таблица 1, таблица 2), расчета коэффициентов ликвидности (таблица 3) [5].

Таблица 1

Группировка статей баланса

Наименование групп	Содержание
А1 – наиболее ликвидные активы	Активы, моментально обращающиеся в денежную форму: денежные средства предприятия и текущие финансовые инвестиции
А2 – быстро реализуемые активы	Активы, для обращения которых в денежную форму требуется более продолжительное время: готовая продукция, дебиторская задолженность, векселя полученные
А3 – медленно реализуемые активы	Активы, для обращения которых в денежную форму понадобится большой срок: производственные запасы, животные на выращивание и откорме, незавершенное производство, другие оборотные активы, расходы будущих периодов
А4 – трудно реализуемые активы	Необоротные активы предприятия, стоимость которых отражена в первом разделе актива баланса
П1 – наиболее срочные обязательства	Кредиторская задолженность по приобретенным товарам, работам, услугам
П2 – краткосрочные пассивы	Краткосрочные заемные средства, текущие обязательства по расчетам и прочие текущие обязательства. Кроме того, часть пассивов, представленных в разделах II и V пассива баланса в части сумм, планируемых к выплате в течение 12 месяцев, начиная с даты составления баланса, или в течение одного операционного цикла, если он не превышает 12 месяцев
П3 – долгосрочные пассивы	Долгосрочные обязательства предприятия, отраженные в третьем разделе пассива баланса, а также статьи II и V разделов, не отнесенные ко второй группе
П4 – постоянные пассивы	Статьи первого раздела пассива баланса

Таким образом, активы могут быть сгруппированы следующим образом: наиболее ликвидные, быстрореализуемые, медленно реализуемые и трудно реализуемые. Пассивы, в свою очередь, можно классифицировать по следующим группам: наиболее срочные обязательства, краткосрочные, долгосрочные и постоянные пассивы. Для определения ликвидности баланса предприятия ПАО «ММК» необходимо сопоставить итоги приведенных групп по активу и пассиву, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2

Анализ ликвидности баланса предприятия ПАО «ММК» за 2021 г.

Актив	Начало 2021 г.	Конец 2021 г.	Пассив	Начало 2021 г.	Конец 2021 г.	Платежный излишек (+) или недостаток (-)	
1	2	3	4	5	6	7=2-5	8=3-6
А1	74196863	89945884	П1	89218053	110846551	-15021190	-20900667
А2	44920320	84 769 165	П2	33710549	43656681	11209771	41112484
А3	55659942	77212921	П3	60070689	57114763	-4410747	20098158
А4	253 348 974	326 081 457	П4	245126808	366391432	8222166	-40309975
Баланс	428126099	578009427	Баланс	428126099	578009427	0	0

Для определения ликвидности баланса необходимо сопоставить итоги приведенных групп по активу и пассиву. Баланс считается абсолютно ликвидным, если соблюдаются следующие неравенства: А1≥П1; А2≥П2; А3≥П3; А4≤П4. Если выполняются первые три неравенства в этой системе, то это влечет и выполнение четвертого неравенства. В случае, когда одно или несколько неравенств системы имеют противоположный знак от зафиксированного в оптимальном варианте, ликвидность баланса в большей или меньшей степени отличается от абсолютной. При этом теоретически недостаток средств по одной группе активов компенсируется их избытком по другой в стоимостной оценке, в реальной же ситуации менее ликвидные активы не могут заменить в полной степени более ликвидные. Сопоставление итогов первой группы по активу и пассиву (А1 и П1) отражает соотношение текущих платежей и поступлений. Сравнение второй группы по активу и пассиву (А2 и П2) показывает тенденцию увеличения или уменьшения текущей ликвидности в недалеком будущем. Сопоставление итогов по активу и пассиву для третьей (А3 и П3) и четвертой (А4 и П4) групп отражает соотношение платежей в относительно отдаленном будущем.

Таким образом, проведя анализ ликвидности баланса предприятия ПАО «ММК», можно сделать следующие выводы:

1. А1 ≤ П1 как на начало, так и на конец анализируемого года, что свидетельствует о том, что предприятие не может погасить самые срочные обязательства за счет абсолютно ликвидных активов.

2. А2 ≥ П2 – данное соотношение говорит о том, что предприятие способно оплатить все текущие обязательства посредством преобразования быстрореализуемых активов в денежные средства.

3. В начале исследуемого периода А3 ≤ П3, что свидетельствовало о невозможности предприятием возмещать пассивы с низкой срочностью с помощью активов с низкой ликвидностью в краткосрочной перспективе. Однако, на конец исследуемого периода А3 выше П3, что говорит о том, что предприятие ПАО «ММК» сможет рассчитаться по долгосрочным обязательствам посредством медленно реализуемых активов.

4. А4 ≥ П4 на начало анализируемого года, что говорит о том, что основные средства предприятия – трудно реализуемые активы – полностью финансировались из собственных средств. Тем не менее, на конец 2021 г., П4 превысили А4, следовательно, предприятие получило возможность погасить все виды обязательств соответствующим активами, баланс компании стал более ликвиден.

Более детальным анализом ликвидности является анализ с помощью коэффициентов. В таблице 3 представлена методика анализа ликвидности предприятия ПАО «ММК».

Таблица 3

Показатели ликвидности предприятия

Наименование показателя	Формула расчета	Значение показателя	Оценка показателя	
			Норматив	Динамика
1	2	3	4	5
1. Коэффициент текущей ликвидности или коэффициент общей ликвидности	(А1 + А2 + А3) / (П1 + П2)	Дает общую оценку ликвидности активов, показывая, сколько рублей текущих активов предприятия приходится на один рубль текущих обязательств	Теоретическое значение: 2,0 – 2,5 Предприятие своевременно погашает долги: 1,0 – 2,0 Критическое значение: <1,0	Увеличение
2. Коэффициент быстрой (промежуточной, уточненной) ликвидности	(А1+А2)/ (П1+П2)	Показывает сколько руб. ликвидных активов приходится на 1 руб. текущей задолженности предприятия	Около 1,5	Увеличение
3. Коэффициент абсолютной ликвидности	А1 / (П1 + П2)	Характеризует немедленную готовность предприятия погашать свою задолженность за счет наиболее ликвидных активов. В западной практике данный коэффициент рассчитывается крайне редко	Норматив: 0,2-0,35. Предприятие считается Неплатежеспособным <0,2	Уменьшение

Таким образом, существует три основных коэффициента, позволяющих проанализировать ликвидность предприятия. Результаты анализа показателей ликвидности представим в таблице 4.

Таблица 4

Анализ показателей ликвидности предприятия ПАО «ММК» за 2020-2021 гг.

Наименование показателя	2020 г.	2021 г.	Изменение	
			Абсолютное, тыс. руб.	Относительное, %
	1	2	3 = 2-1	4 = 2:1*100%
1. Коэффициент текущей ликвидности или коэффициент общей ликвидности	1,42	1,63	0,21	114,69
2. Коэффициент быстрой (промежуточной, уточненной) ликвидности	0,97	1,13	0,16	116,70
3. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,60	0,58	-0,02	96,45

Таким образом, анализируя показатели ликвидности предприятия ПАО «ММК» за 2020-2021 гг., можно сделать следующие выводы:

1. Коэффициент общей ликвидности в 2021г. увеличился по сравнению с 2020 г. на 0,21 (в процентном соотношении на 14,69%) и составил 1,63. Значение данного показателя является оптимальным и свидетельствует о том, что предприятие своевременно погашает долги. Коэффициент дает общую оценку ликвидности активов, показывая, что на один рубль текущих обязательств в 2021 г. приходится 1,63 руб. текущих активов предприятия ПАО «ММК».

2. Коэффициент быстрой ликвидности в 2021 г. увеличился по сравнению с 2020 г. на 0,16 (в процентном соотношении на 16,7%) и составил 1,13. Это демонстрирует, что на предприятии 1,13 руб. ликвидных активов приходится на 1 руб. текущей задолженности предприятия ПАО «ММК». В 2021 г. значение данного показателя приблизилось к нормативному, что показывает ускорение оборачиваемости собственных средств, вложенных в запасы, улучшение платежеспособности предприятия.

3. В 2021 г. по сравнению с 2020 г. коэффициент абсолютной ликвидности уменьшился на 0,02 (в процентном соотношении на 3,55%) и составил 0,58. Для российских компаний нормативное значение коэффициента абсолютной ликвидности находится в пределах $К_{ал}$ > 0,2-0,5. Значение данного показателя на предприятии

ПАО «ММК» больше норматива. Это показывает, что предприятие имеет возможность оплачивать обязательства за счет денежных средств всех видов, а также средств, полученных от реализации ценных бумаг.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Проведенный анализ ликвидности предприятия показал, что ПАО «ММК» является достаточно платежеспособным, т.к. имеет ликвидный баланс. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что предприятие успешно развивается и в перспективе сохранит тенденцию улучшать свое финансовое положение. Грамотно и корректно составленный анализ дает возможность определить величину (степень) риска банкротства предприятия и вовремя предотвратить его.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результат данного исследования является схожим результату исследования Алхузиной А.Х и Курбанаевой Л.М., так как в своей работе они отмечают, что «для любого предприятия достаточный уровень ликвидности является одной из важнейших характеристик стабильности хозяйственной деятельности» [6]. Тем не менее, для полноценной оценки финансового состояния предприятия рекомендуется также исследовать его финансовую устойчивость, безопасность, деловую активность и ряд других аспектов деятельности прямо или косвенно влияющих на финансовый результат деятельности рассматриваемой организации.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Согласно проведенному исследованию, можно сформулировать следующие основные выводы о том, что ликвидность предприятия представляет собой такое оптимальное соотношение между активами и пассивами предприятия, которое дает возможность организации своевременно погасить свои обязательства наиболее ликвидными активами. Исходя из этого, можно утверждать, что достаточно высокий уровень ликвидности предприятия демонстрирует высокую скорость трансформации активов организации в денежные средства. Вместе с этим, платежеспособность предприятия характеризует способность хозяйствующего субъекта своевременно и в полном размере погашать обязательства и задолженности. Основными признаками платежеспособности являются: наличие в достаточном объеме средств на расчетном счете; отсутствие просроченной кредиторской задолженности. Проведенный анализ ликвидности и платежеспособности предприятия ПАО «ММК» демонстрирует, что в целом, предприятие обладает достаточно ликвидным балансом, предприятие своевременно погашает долги и имеет возможность оплачивать обязательства за счет денежных средств всех видов, а также средств, полученных от реализации ценных бумаг. Дальнейшее исследование ликвидности и платежеспособности предприятия, как методов анализа финансового состояния даст возможность расширить теоретическую и практическую базу для разработки путей снижения влияния финансовых рисков на деятельность современных компаний.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: к.э.н., доц. Шамилева Эльвина Эскендеровна

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Тыняная А. П., Лубков В. А. Анализ ликвидности и платежеспособности аграрной коммерческой организации // Матрица научного познания. 2021. № 9–1. С. 120–127.

2. Криничанская Э. П., Чабанова М. К. Анализ ликвидности и платежеспособности как элементы анализа финансового состояния предприятий малого бизнеса (на примере Приморского края) // Международный студенческий научный вестник. 2018. № 5. С. 84.

3. Молдован А. А. Анализ ликвидности и платежеспособности предприятия // Инновации. Наука. Образование. 2021. № 29. С. 1035–1041.

4. Финансовый анализ (продвинутый уровень): учеб пособие / под ред. И. В. Сименко. Донецк: Изд-во ДонНУЭТ им. Туган-Барановского, 2020. 397 с. Лань: электронно-библиотечная система. URL: https://e.lanbook.com/book/202709 (дата обращения: 25.09.2022). Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Финансовый анализ: учеб. пособие / сост. Е. В. Королёва. Караваево: Изд-во КГСХА, 2020. 137 с. Лань: электронно-библиотечная система. URL: https://e.lanbook.com/book/171700 (дата обращения: 25.09.2022). Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Алхузина А. Х., Курбанаева Л. Х. Анализ ликвидности как элемент финансового анализа деятельности предприятия // Актуальные вопросы современной экономики. 2019. № 6–1. С. 386–390. DOI 10.34755/IROK.2019.5.5.222.

УДК 339.138

ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ БИЗНЕСА

Е. С. Кузьмичева
Омский государственный технический университет, Омск, Россия

E. S. Kuzmicheva
Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В данной статье рассмотрена сущность внутреннего маркетинга, выделенные его отличительные черты. В основе исследования лежит анализ методов внутреннего маркетинга. Определен перечень методов, применимых к конкретной группе сотрудников, нуждающихся в определенном типе мотивирования. Областью применения данной статьи могут быть организация продаж и ведение любого вида предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: внутренний менеджмент, результативность бизнеса.

I. ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время компании, вне зависимости от размеров, применяют маркетинговые стратегии, для достижения своих бизнес-показателей. Внимание к кадровым ресурсам, как одному из ключевых факторов успеха компании, привело к появлению нового направления в менеджменте - внутренний маркетинг. Внутренний маркетинг включает поиск и применение в бизнесе новых и более эффективных способов решения проблемы удовлетворения клиента через взаимодействие с мотивированным и клиентоориентированным персоналом. Всё это является необходимыми условиями для успешного современного бизнеса.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель данного исследования - провести анализ и дать сравнительную характеристику методов внутреннего маркетинга. Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть подходы к характеристике термина "внутренний маркетинг";
2. Провести сравнительный анализ методов внутреннего маркетинга;
3. Выделить достоинства и недостатки каждого из данных методов маркетинга.

III. ТЕОРИЯ

У авторов встречаются разные подходы к определению понятия внутреннего маркетинга. Одними из первых этим вопросом занимались А. Парасураман и Л.Л. Берри. Они рассматривали внутренний маркетинг, как инструмент для удовлетворения клиентских запросов с помощью сотрудников. По его словам, сотрудники, которые испытывают удовольствие от своей работы, легче находят подход к клиентам, что и способствует более качественному удовлетворению клиентских запросов.

Л. Берри было предложено следующее определение внутреннего маркетинга: внутренний маркетинг - это рассмотрение сотрудников организации как внутренних клиентов, работы как внутреннего продукта, которая удовлетворяет их нужды, в то же время учитывая цели организации [1].

Ученый К. Греноорс сходился во мнении с Л. Берри. Он подчеркивал, что персонал должен стать элементом стратегического управления предприятием для результативного внутреннего маркетинга. Помимо этого, К. Греноорс говорит о том, что внутренний маркетинг должен охватывать всех сотрудников организации. Он считает, что возникшее сервисно-ориентированное и клиенто-ориентированное мышлениедолжно быть направлено на создание и управления взаимоотношениями с внешними клиентами.

П. Ахмед и М. Рафик выводят следующее определение:Внутренний маркетинг – механизм реализации стратегии и средство интеграции межфункциональных интересов различных отделов организации [2]. В своих исследованиях они приходят к выводу о том, что необходимо рассматривать сотрудников, как внутренних клиентов предприятия. Они говорят о том, что необходимо поддерживать, мотивировать сотрудников и интегрировать персонал в целях эффективной реализации корпоративных и функциональных стратегий [1].

Соловьева Ю.П. обобщила основные подходы к определению внутреннего маркетинга и определила его как “планомерные маркетинговые действия, которые направлены на мотивацию и преодоление сопротивления

персонала нововведениям с целью удовлетворения клиентов через философию создания мотивированного и клиентоориентированного персонала" [3].

Внутренний маркетинг является составной частью концепции маркетинга взаимодействия, и предполагает комплексный подход к управлению деятельностью компании в целом.

Таким образом, можно сделать вывод, что внутренний маркетинг — это стимулирование, координирование и объединение кадров для эффективного применения корпоративных и функциональных стратегий, с целью удовлетворения клиента путем взаимодействия с мотивированным и клиентоориентированным персоналом. Стоит подчеркнуть, что внутренний маркетинг представляет собой целую философию маркетингового управления не только персоналом, но и всей компанией в целом.

Обеспечение лояльности персонала является одной из отличительных черт внутреннего маркетинга. Лояльный персонал - это команда единомышленников, приверженных целям и ценностям предприятия и готовых на многое ради его процветания. Благодаря таким сотрудникам, компании совершают прорыв на рынке: в их рядах работают настоящие энтузиасты и профессионалы своего дела, готовые тратить время и силы на решение корпоративных задач, поскольку они в них искренне верят.

Для лучшего понимания того, в каких ситуациях стоит применять определенные методы, для кого и с какой конечной целью, имеет смысл классифицировать методы внутреннего маркетинга.

Самая распространенная классификация методов внутреннего маркетинга основывается на том, какого рода потребности персонала необходимо удовлетворить для достижения цели компании. Этой классификации придерживаются такие ученые как Ивашкова Н. И., Гончарова И. А. Данное структурирование подразумевает разделение методов на три группы [3].

Первая группа - материальные финансовые методы. К таким методам относятся выплаты в денежной форме, которые являются доплатой к окладу в виде премии и бонусов. Размер выплат рассчитывается в зависимости от достигнутых результатов сотрудников.

Вторая группа - материальные нефинансовые методы.Они не имеют непосредственного влияния на размер оплаты труда, а являются дополнительными стимулами. Например, за достижение лучших результатов работы конкретных офисов или сотрудников может быть предусмотрена дополнительная мотивация в виде поездки полностью или частично финансируемой работодателем. Помимо этого, можно предоставлять сотрудникам в бесплатное пользование продукты или услуги компании, абонементы от партнеров,например, в спортивные залы. Обеспечить питание и транспортировку до места работы. Дарить подарки по праздникам, притом не только работникам, но и их родственникам.

Третья группа подразумеваетнематериальные нефинансовые методы. Это мероприятия, направленные на развитие сотрудников: тренинги, семинары, обучение. Работники более лояльны к компании, если видят, что руководители регулярно занимаются их обучением. Методы, относящиеся к этой группе, способствуют построению отношений с работниками. Это могут быть корпоративные мероприятия, совместные участия в субботниках или спортивных состязаниях. Нематериальные нефинансовые методы должны быть направлены на создание благоприятной «внутренней среды» организации.

Исходя из данной классификации, можно установить какие именно методы нужнопременить к конкретной группе сотрудников, нуждающихся в определенном типе мотивирования.

На этом этапе важно грамотно выявить потребности у сотрудников. Например, если наиболее ценным для одного работника является материальные поощрения, за возможность получения которых он готов прилагать дополнительные усилия для достижения удовлетворенности клиентов, то наиболее эффективными будут именно материальные финансовые или нефинансовые методы внутреннего маркетинга.

Если же материальная потребность группы сотрудников удовлетворена, то материальные нефинансовые методы внутреннего маркетинга будут большим плюсом для них. Кроме того, такие преимущества перед конкурентами будут удерживать ценных сотрудников в компании. Предоставление сотрудникам в бесплатное пользование продуктов или услуг компании позволяет понимать на собственном опыте сотрудников преимущества и принципы их работы. А в дальнейшем эффективно презентовать и продавать данные продукты клиентам.

Это также будет повышать эффективность деятельности всей организации.Ведь заинтересовать клиентов в своей продукции гораздо проще тем работникам, кто сам пользуется всеми возможными услугами и товарами организации.

Каждой организации важно применять на практике нематериальные нефинансовые методы внутреннего маркетинга. Когда специалисты повышают свой профессиональный уровень внутри команды, они повышают экспертность всей фирмы.

Кроме того, для повышения эффективности деятельности предприятия важно, чтобы каждый сотрудник знал о миссии компании и её ценностях. Возможно доносить идею компании до сотрудников так, чтобы они воспринимали ее как свою личную. Получая весомую для него самого идею, человек хочет ее реализовать. Работая, он реализует ее. Таким способом, организация получает лояльного специалиста, особенно если миссия

является уникальной. Сотрудники в компаниях с такой политикой знают, чего их организация хочет достичь и как они в этом должны ей помочь. Данный способ способствует снижению текучести кадров, а значит и снижению издержек.

Организации с высокими показателями оборота служащих не могут предоставить клиентам высокую культуру обслуживания [5]. Общее отношение, внешний вид и готовность выполнить любую просьбу клиента формируют общее впечатление о компании. То есть, работа внутреннего маркетинга строится так, что служащие на всех уровнях организации осуществляют бизнес на практике и осознают, что их различная деятельность и состояние окружающей среды формируют сознание клиента [5].

IV. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, в современном мире внутренний маркетинг является ключевым звеном для успешного функционирования и развития бизнеса. Выявление факторов удовлетворенности персонала, удовлетворение их потребностей и повышение лояльности к компании, приводит к повышению внешней клиентоориентированности компании и, как результат, достижению ее бизнес-показателей. Основываясь на проведенном теоретическом анализе, наиболее эффективными методами внутреннего маркетинга стоит признать материальные финансовые методы, потому что главным смыслом всей коммерческойдеятельности является высокое материальное вознаграждение. При использовании этих методов в комплексе, деятельность организации может стать максимально эффективной.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ.

Научный руководитель: Чижик В.П., доцент, канд. экон. наук, доцент каф. “Менеджмент и сервис” ОмГТУ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ивашкевич Т. В. Этапы развития внутриорганизационного маркетинга // Вестник ОмГУ. 2011. № 2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/etapy-razvitiya-vnutriorganizatsionnogo-marketinga (дата обращения: 25.10.2022).

2. Ahmed P., Rafiq M. Internal Marketing. London: Butterworth Heinemann, 2002. 320 p.

3. Соловьева Ю. П. Концепция внутреннего маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. 2005. № 4. С. 125–132.

4. Ивашкова Н. И., Гончарова И. А. От программ лояльности потребителей к программам взаимодействия с контактными аудиториями // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2007. № 5. С. 371.

5. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм // Все о туризме. Туристическая библиотека. URL: https://tourlib.net/books_tourism/kotler_tourism_11.htm (дата обращения: 25.10.2022).

УДК 332.7

ДОХОДНОСТЬ ОБЪЕКТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ И СПОСОБЫ ЕЁ ПОВЫШЕНИЯ

Е. С. Кузьмичева

Омский государственный технический университет, Омск, Россия

E. S. Kuzmicheva

Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В данной статье рассматриваются подходы к решению проблемы повышения доходности объектов коммерческой недвижимости для инвесторов. Изучено влияние разных факторов на доходность от использования объектов коммерческой недвижимости, исследованы действия, ведущие к повышению доходности этих объектов. Областью применения данной статьи может быть инвестиционная деятельность, а также управление коммерческой недвижимостью.

Ключевые слова: коммерческая недвижимость, доходность, эффективность.

I. ВВЕДЕНИЕ

Сегодня рынок коммерческой недвижимости меняется динамично, много политических и экономических факторов повлияло за последнее время на экономику в целом и в частности на рынок коммерческой недвижимости. Люди, целые компании, которые имеют в собственности или же специализируются на управлении коммерческой недвижимости хотят чтобы она приносила им прибыль. Для этого и необходимо применять определенные способы для повышения доходности объектов коммерческой недвижимости.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В целях повышения доходности объектов коммерческой недвижимости необходимо применять способы, которые повлекут получение максимальной выгоды от использования данных объектов.

III. ТЕОРИЯ

Согласно исследованию Сердюковой О.Ю., коммерческая недвижимость – это объекты нежилого фонда, которые используются в коммерческой (предпринимательской) деятельности с целью извлечения стабильного денежного дохода в долгосрочной перспективе [1].

Объекты коммерческой недвижимости по назначению и техническим требованиям принято подразделять на следующие виды:

1. торговые;
2. производственные;
3. складские;
4. офисные.

Данное разделение на виды способствует правильному и взвешенному выбору объекта при инвестировании в коммерческую недвижимость. Ведь, например, при выборе складских помещений или при обустройстве производственных линий будет учитываться удобство подъездных путей, наличие поблизости транспортных магистралей, возможность поэтапного расширения производства и доукомплектации.

Коммерческая недвижимость должна приносить прибыль, в этом заключается ее основное предназначение [2]. Для того, чтобы получать эту прибыль, важно повышать доходность объектов коммерческой недвижимости. В свою очередь, под доходностью здесь стоит понимать относительный показатель эффективности вложений в коммерческую недвижимость. Перечень возможных видов доходов от коммерческой недвижимости разного назначения:

1. передача недвижимости в аренду;
2. продажа коммерческой недвижимости;
3. передача недвижимости в управление;
4. внесение недвижимости в уставной капитал.

Существует множество способов и приемов как повысить уровень доходности объектов коммерческой недвижимости. Инвестор может повлиять на будущий доход от объекта коммерческой недвижимости на этапе входа в проект. Для этого, во-первых, нужно выбрать локацию объекта, где спрос превышает предложение на объекты того или иного функционала. Во-вторых, отдать предпочтение районам с развитой инфраструктурой. И в-третьих, обязательно учесть перспективы развития локации и изучить градостроительный план района [3].

Недвижимость, находящаяся в престижном районе города, с развитой окружающей инфраструктурой, будет цениться выше, чем такое же по площади и основным характеристикам помещение, но в неблагополучном районе города. Для повышения доходов от объектов коммерческой недвижимости арендодатели, помимо центра города, могут приобретать недвижимость на первых этажах больших жилых комплексов. Этот вариант заслуживает внимания, поскольку такие объекты коммерческой недвижимости имеют высокую проходимость, что обеспечит большой поток потенциальных клиентов арендаторам.

Прибыльность объекта формируется из дохода, который был получен в ходе основной деятельности с участием объекта за минусом постоянных и переменных затрат [1]. Таким образом, снижение издержек является одним из способов увеличения доходности объекта коммерческой недвижимости. Например, можно использовать энергосберегающие технологии, снизить затраты на топливо и оплату труда рабочего персонала и тд.

Следующим способом повышения доходности объектов коммерческой недвижимости будет проведение имущественного аудита каждого конкретного помещения. Именно качественно проведенный аудит, позволяет оценить общее состояние помещения, найти плюсы и минусы конкретного объекта и определить способы наиболее эффективного применения найденных преимуществ. Выявленные недостатки помещений, например такие как, нарушения в инженерных коммуникациях, позволят устранить их еще на начальном этапе, что в бу-

дущем позволит предотвратить более серьезные последствия, а собственнику не потребуются вносить большие затраты на их устранение.

На рынке недвижимости существует принцип наилучшего и наиболее эффективного использования. Его сокращенно называют ННЭИ. Нарушать его можно, но крайне невыгодно [4].

ННЭИ имущества - это вероятный способ его эксплуатации, который является юридически разрешенным, физически возможным, экономически обоснованным, осуществимым с финансовой точки зрения и приводящим к наивысшей стоимости этого имущества [4]. Это означает, что после анализа наилучшего использования помещение, сдаваемое в аренду, будет приносить максимально возможный доход арендодателю. Например, сдавая помещение под офис, получая от арендатора стабильную арендную плату, арендодатель отказывает торговым магазинам в сдаче помещения, но в этом же районе схожее по характеристике помещение сдается под торговое назначение в 2 раза дороже. Тем самым, первый арендодатель теряет большую часть дохода. Конечно, этой ошибки можно было избежать. Достаточно провести анализ наилучшего использования, чтобы понять, что наиболее выгодное использование для помещения в этом месте – торговая функция, но никак не офисная.

Если арендодатель сдает большое помещение под множество торговых точек, то надо построить оптимальную схему расположение арендаторов. Основные маршруты движения в торговом центре — от входов к ключевым арендаторам, и маленькие магазины не должны оказываться на окраине, в стороне от потоков. С учетом того, что на небольшие предприятия торговли и услуг может приходиться большая площадь центра, они должны находиться в хороших условиях. Крупные якорные арендаторы не должны располагаться сразу у входа в торговый центр, и еще при оценке проекта необходимо проверить, чтобы маршрут «вход в центр — вход в торговый зал якорного арендатора» не оказался слишком коротким [5]. Таким образом, повышать доходность торговых центров можно грамотно расположив арендаторов. Арендаторы будут получать большую прибыль за счет потока, а значит и арендную ставку смогут платить повышенную.

Одним из способов повышения доходности торговой недвижимости будет соблюдение концепции и статуса всего торгового комплекса. Бывает, что арендатор переоценил свои возможности, а арендодатель польстился на возможный доход и не выдержал соответствие концепции [5]. В таком случае, например, бутик элитной парфюмерии, оказывается в торговом центре, рассчитанном на среднюю ценовую политику, и бутик теряет свою прибыль. Вследствии чего, и арендодатель потеряет часть дохода.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, коммерческая недвижимость предоставляет владельцам возможность получения стабильного денежного дохода в долгосрочной перспективе. Для того чтобы такая недвижимость приносила максимальный доход, необходимо крайне внимательно подходить к выбору локации, проводить качественный анализ каждого конкретного помещения, относить его к определенном виду коммерческой недвижимости и исходя из этого составлять план по управлению. Применение принципа ННЭ, уменьшение издержек и вовремя выявленные недостатки в инженерных коммуникациях предотвратят потерю прибыли.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Автор благодарит научного руководителя к.э.н., доцента Глущенко Марину Евгеньевну за оказанную методическую помощь при проведении данного исследования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сердюкова О. Ю. Определение понятия «коммерческая недвижимость» // Молодой ученый. 2018. № 42 (228). С. 122–126. URL: https://moluch.ru/archive/228/53239/ (дата обращения: 21.10.2022).

2. Управление коммерческой недвижимостью // RD MANAGEMENT. URL: https://rdms.ru/services/upravlenie-kommercheskoy-nedvizhimostyu/ (дата обращения: 21.10.2022).

3. Как повысить доход от инвестиционной недвижимости // Российская газета. URL: https://rg.ru/2022/06/07/reg-skfo/pribylnyj-kvadrat.html (дата обращения: 23.10.2022).

4. 3 способа повысить доходность объекта недвижимости // SHOPANDMALL.RU. URL: https://shopandmall.ru/articles/3_sposoba_povysit_dohodnost_obekta_nedvizhimosti (дата обращения: 23.10.2022).

5. Способы повышения доходности коммерческой недвижимости низких классов // Arendator.ru. URL: https://www.arendator.ru/articles/168542-11_dekabrya_eksperty_obsudili_sposoby_povysheniya_dohodnosti_kommercheskoj_nedvizhimosti_nizkih_klassov/ (дата обращения: 23.10.2022).

УДК 378:159.923.2

ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ ОЦЕНКИ ПОТРЕБНОСТИ В ОДОБРЕНИИ У СТУДЕНТОВ ГУМАНИТАРНОГО ОБУЧЕНИЯ

В. А. Кучеренко, А. А. Андросова
Белорусский государственный экономический университет, г. Минск, Республика Беларусь

V. A. Kucherenko, A. A. Androsova
Belarusian State Economic University, Minsk, Republic of Belarus

Аннотация. Статья представляет собой теоретико-практическое исследование потребности в одобрении. В теоретической части кратко рассматривается проблема потребности в одобрении у юношеской части студентов. В основу научной работы легла социокультурная теория личности К. Хорни, в которой она рассматривала потребность в одобрении как одну из 10 невротических потребностей. Практическая часть направлена на выявление уровня потребности в одобрении у студентов гуманитарного профиля обучения. Также была составлена коррекционная программа, представленная в виде тренинговой программы, и исследовано влияние тренингов на уровень потребности в одобрении.

Ключевые слова: потребность в одобрении, невротическая потребность, тренинг.

I. ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время вопрос о потребности в одобрении является актуальным как среди молодых людей, так и для взрослого контингента. Потребность в одобрении необходима в тех случаях, когда необходимо принимать значимые жизненные решения, такие как выбор профессии, работы, создание семьи и просто - планирование отпуска или поездки на уикенд. Но иногда с потребностью в одобрении люди сталкиваются, когда приобретают какие-либо вещи, предметы. Принимая то или иное решение, мы можем даже не задумываться о том, что одобрение или не одобрение другого человека весьма значимо повлияло.

Изучая этот вопрос, мы обратились к психодинамическому направлению, в частности к К. Хорни. Такие труды как «Самоанализ» и «Невроз и личностный рост. Борьба за самоосуществление» привлекли наше внимание и положили начало нашему исследованию. Из изученной литературы, была поставленная следующая задача исследования: определить уровень потребности в одобрении у студентов гуманитарного профиля обучения УО «Белорусский государственный экономический университет», разработать коррекционную программу тренинговых занятий с целью гармонизации личности.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Изучив литературу о невротических потребностях, более углубленно было решено исследовать потребность в одобрении. Контингентом испытуемых являются студенты гуманитарного профиля обучения УО «Белорусский государственный экономический университет». При этом, было решено, что исследование будет длительным и с применением коррекционно-тренинговой программы занятий с целью гармонизации личностных потребностей испытуемых. Также с испытуемыми, которым была предложена методика «Оценка потребности в одобрении» Д. Крауна и Д. Марлоу, проводилось собеседование с целью выявления причин слишком низких и слишком высоких показателей.

Испытуемые были заинтересованы в исследовании причин появления отклонений от нормы, а также скорректировать свои личностные потребности.

III. ТЕОРИЯ

Если рассматривать проблему в одобрении с точки зрения Карен Хорни, то можно обратиться к её труду «Самоанализ», в котором она выделила 10 невротических потребностей, одной из которых является потребность в привязанности и одобрении. Эта потребность связана с желанием быть любимым, стремлением угодить другим людям и соответствовать их ожиданиям. Такие люди чувствительны к отказам и критике, и боятся враждебного отношения со стороны других [5].

К. Хорни разделяла взгляд З. Фрейда на этимологию неврозов о том, что тайна человеческой души заключена в психических драмах детства. Потребность в одобрении, как и большинство неврозов, также родом из детства. Ребёнку исключительно важна оценка значимых для него взрослых. Если взрослый фиксирован на

проступках ребёнка, а затем жестоко наказывает, обесценивает его достижения - высока вероятность, что у ребёнка будет низкая самооценка и паническая боязнь промаха и оценивания, страх перед ошибками, чрезмерная самокритика, высокая тревожность и как итог развитие фобий [3, с. 316].

В подростковом возрасте имеется яркая выраженность потребности в любви и одобрении, которая проявляется в необходимости удовлетворить эту потребность через определённые субкультуры. Чем отличаются любовь и невротическая потребность в одобрении? В любви присутствует чувство привязанности, тогда как при наличии невротической потребности в одобрении первичным является обретение уверенности и спокойствия, которые заключаются в привязанности к другому человеку, ради избавления от своей тревоги. Невротик, находясь в замкнутом круге своей тревоги, не сможет удовлетворить эту потребность, так как причиной является возникшая ситуации [4, с. 25].

Личность, пройдя сложный подростковый кризис, переходит на новую ступень взросления, которая называется юность. Этот этап характеризуется новыми задачами, которые заключаются в следующем: адаптация к новому коллективу, сепарация от родителей, самостоятельность, новые знакомства, приспособлению к новому расписанию дня, проблема свободы и другие трудности. Юноши и девушки нуждаются в самоактуализации, благодаря которой они несут ответственность за свои действия, поступки, понимание значимости своей личности и стремление к собственно личностному развитию и автономии. Автономия в юности тесно связана с потребностью в одобрении, так как автономные индивиды проявляют низкую потребность в одобрении. Это, в свою очередь, выражается в способности доверять и полагаться на собственное мнение, с уважением относиться к мнению окружающих, проявлять ситуативное поведение, но при этом сохранять критичность мышления [1].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Целью нашего исследования было определить уровень потребности в одобрении у студентов гуманитарного профиля обучения, разработать коррекционную программу тренинговых занятий с целью гармонизации личности.

В исследовании приняли участие студенты специальностей политологии, социологии и психологии института социально-гуманитарного образования УО «Белорусский государственный экономический университет», в количестве 37 человек, из них юношей – 15, что составило 40,54% от общего числа испытуемых, девушек – 22, что составило 59,46% от общего числа испытуемых, в возрасте от 17 до 19 лет.

Студентам гуманитарного профиля обучения была предложена методика «Оценка потребности в одобрении». Данная методика, позволяющая определить косвенную меру потребности человека в одобрении другими, была разработана американскими психологами Д. Крауном и Д. Марлоу. Испытуемые с высокими показателями соответствуют одобряемому образцу: не возражают против неинтересной работы, сдерживают свои агрессивные реакции, в целом более конформны, податливы социальным воздействиям, имеется повышенная потребность в общении. Испытуемые с низкими показателями не стремятся походить на образец: собственные убеждения дороже, они независимы от группы, конфликтны и неподатливы социальному влиянию [2, с. 500].

В эмпирическом исследовании участвовало 37 испытуемых. Нами были получены следующие результаты: Низкий показатель потребности в одобрении был выявлен у – 18 человек, что составило 48,65% от общего числа.

Средний показатель мы получили у 10 человек, что составило 27,03%. Высокий показатель потребности в одобрении был выявлен у 9 человек – 24,32%.

У испытуемых с низкими показателями уровня потребности в одобрении возникают проблемы с коммуникацией со сверстниками, у них плохая адаптация, чаще случается эмоциональное выгорание, они «замыкаются в себе», не чувствуют себя в безопасности, возникают проблемы с доверием с окружающими их людьми.

Со студентами, у которых были низкие показатели потребности в одобрении (18 человек) были проведены коррекционные и профилактические беседы, по завершению которых им была предложена серия тренингов. В результате коррекционной работы нами были получены положительные результаты: испытуемые с высоким показателем составили – 10 человек (55.56%), со средним – 6 (33.33%), с низким – 2 (11.11%) человека.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В процессе встреч были выработаны адаптивные и коммуникативные навыки, развиты лидерские качества, была приобретена устойчивость к стрессу и конфликту, стабилизировалось эмоциональное состояние, участники лучше стали понимать себя, было определено безопасное место каждого участника. После завершения всех встреч участники продолжили посещать тренинги.

После тренинговой программы была повторно проведена беседа, после которой люди с низким показателем отметили в себе положительные изменения: эмоциональная открытость, пропал иррациональный страх, снизилась тревога при знакомстве с новыми людьми.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, участники тренинговой программы отметили, что потребность в одобрении играет весомую роль в их жизни: начиная со взаимоотношений в семье, заканчивая учебной деятельностью. Для них важно быть значимыми для родителей, друзей и преподавателей. Тренинг позволил респондентам адекватно оценивать значимые для них ситуации, улучшил способности к социализации и личностной идентификации.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Работа выполнена при финансовой поддержке Белорусского государственного экономического университета.

Научный руководитель Мисюк Марина Николаевна (доцент кафедры, кандидат медицинских наук).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Современная психология мотивации / под ред. Д. А. Леонтьева. М.: Смысл, 2002. 344 с. ISBN5-89357-134-7.

2. Практикум по возрастной психологии: учеб. пособие / под ред. Л. А. Головей, Е. Ф. Рыбалко. СПб.: Речь, 2002. 694 с.: ил.

3. Хорни К. Невроз и личностный рост. Борьба за самоосуществление. СПб.: Восточно-Европейский институт: БСК, 1997. 400 с.

4. Хорни К. Самоанализ. М.: Канон+: РООИ «Реабилитация», 2013. 288 с.

5. Потребность в одобрении и еще 9 невротических потребностей человека. URL: https://psy-practice.com/publications/prochee/potrebnost-v-odobrenii-i-eshche-9-nevroticheskikh-potrebnostey-cheloveka/ (дата обращения: 04.04.2022).

УДК 658.58:67.05

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОТЕРИ ПРИ ПРОСТОЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ

А. С. Лазарев

Омский государственный технический университет, Омск, Россия

A. S. Lazarev

Omsk state technical university, Omsk, Russia

Аннотация. В данной статье рассматриваются основные потери при эксплуатации технологического оборудования, простое, а также мероприятия, необходимые для их устранения. Описываются шесть основных потерь, возникающих на нефтеперерабатывающих заводах при работе с технологическим оборудованием, и являющихся основными причинами и последствиями простоя оборудования. Выделяются способы прогнозирования неисправностей и простоев. Описываются условия, при которых возникает тот или иной вид потерь, случаи, в которых возможно свести некоторые потери к минимуму.

Ключевые слова: технологическое оборудование, потери, простой, нефтеперерабатывающая промышленность.

I. ВВЕДЕНИЕ

Организация безотказной и надежной работы технологического оборудования в процессе эксплуатации, одна из основных задач в нефтеперерабатывающей промышленности. В настоящее время, на нефтеперерабатывающих заводах большая часть технологического оборудования должна работать непрерывно, для достижения

необходимой производительности установки. Отрасль нефтепереработки постоянно развивается и совершенствуется, с целью получения более качественных продуктов. Благодаря этому процессы переработке также усложняются: задействуется большее количество оборудования, внедряются существенно новые, инновационные технологии и средства для поддержания условий, необходимых для протекания данных процессов.

Следовательно, при протекании сложных процессов зависимость технологического оборудования между собой значительно увеличивается. Поэтому возможная неисправность одной единицы технологического оборудования может привести к остановке всего технологического процесса и к простою установки в целом. Каждый день простоя несет в себе неизбежные экономические потери.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Основной задачей данной статьи является определение основных потерь, возникающих при эксплуатации технологического оборудования на нефтеперерабатывающем производстве. Определение возможных причин возникновения данных потерь и способов их устранения. Выявление алгоритмов и порядка действий для прогнозирования возможного простоя, а также уменьшения вероятности возникновения различных потерь, влияющих на экономику предприятия.

III. ТЕОРИЯ

В процессе работы установки могут возникать различные виды потерь, которые бывают, как явно выделяющиеся, так и менее выраженные. Согласно системе бережливого производства, все потери подразделяются на следующие виды:

- Поломки
- Настроечно-регулировочные неполадки
- Потери при работе на холостом ходу, либо кратковременный останов оборудования
- Потеря производительности
- Брак
- Потери при пуске

При непрерывном производстве данные потери оказывают существенное влияние на сам технологический процесс. [1]

Все эти потери в полной мере или частично связаны с простоем технологического оборудования и являются, либо первопричиной образования простоя, либо появляются при ликвидации данного простоя.

Для устранения данных потерь потребуются более затратные работы, чем при плановом техническом обслуживании технологического оборудования, так как их необходимо будет выполнить в короткий срок, во избежание значительного простоя оборудования, что подразумевает под собой потерю части дохода, а также времени, за которое необходимо произвести нужный объем продукции.

Для определения необходимых мер по ликвидации, а также во избежание возможных простоев, необходимо рассмотреть суть и причины возникновения каждого вида потерь.

1. Поломки

Поломки – это наиболее распространённый вид потерь, напрямую влияющий на возникновения простоя. Поломки зачастую возникают по нескольким причинам:

- Износ оборудования либо его отдельных элементов:

На нефтеперерабатывающих предприятиях каждое оборудование периодически подвергаются различным видам технического обслуживания, которые четко регламентированы. Однако режимы работы в процессе эксплуатации могут изменяться. Это связано со многими факторами, такими как изменение подачи сырья, либо его основных параметров: плотности, температуры, а также состава сырья, наличия в нем механических примесей, что неблагоприятно скажется на самом изделии.

Такие факторы, влияющие на нормальную работу оборудования и способствующие выходу его из строя, должны отслеживаться специализированными приборами и поддерживаться в необходимом, безопасном диапазоне.

- Механические повреждения:

Данная причина может возникнуть в результате неправильной эксплуатации оборудования, применения к нему несвойственных нагрузок, а также в процессе монтажа или ремонта.

Такие повреждения необходимо устранять при первой же возможности, так как именно это может стать причиной поломки в самый неподходящий момент.

• Химическая коррозия:

На нефтеперерабатывающем производстве на постоянной основе используются среды, воздействующие на металлоборудования и провоцирующие его коррозию. Данный процесс, в зависимости от агрессивности среды и ее воздействию на конкретные металлы, может протекать годами без видимых изменений.

В таких случаях необходимо своевременно проводить неразрушающий и, при необходимости, разрушающий контроль за состоянием металла оборудования, толщины его стенок, расчет дальнейшего коррозионного воздействия на основе полученных данных.

• Человеческий фактор:

Несмотря на всю сложность и, в определенной мере, автоматизацию нефтеперерабатывающих процессов, человек до сих пор играет главную роль в обеспечении правильной работы оборудования. Поэтому на производстве нередко из-за действий персонала, либо бездействий в критических ситуациях, возникают неполадки, которые ведут за собой поломку оборудования.

Во избежание данных проблем необходимо обеспечить должную квалификацию всему рабочему персоналу, задействованному на данном производстве.

2. Настроечно-регулировочные работы:

Данный вид потерь возникает, как при эксплуатации оборудования, когда возникает необходимость переналадки оборудования, из-за изменения режима работы, так и во время пуско-наладочных работ, после простоя. Процесс наладки оборудования сопровождается нестабильностью течения процесса, зачастую не достигая оптимальных его значений. Из-за этого теряется часть полезной работы технологического оборудования, и эффективность протекания процесса падает.

Для более эффективного выполнения наладочных работ, создаются специальные алгоритмы, при соблюдении которых время, затраченное на наладку оборудования, значительно сокращается.

3. Потери при работе на холостом ходу, либо кратковременный останов оборудования:

В настоящее время на нефтеперерабатывающих заводах, в связи со сложностью протекающих процессов переработки нефтепродуктов, даже кратковременный останов оборудования зачастую является невозможным, без остановки всего процесса. Такое, наиболее важное оборудование, обеспечивается резервными аналогами, которые, при необходимости, можно включить в работу, взамен нынешнему оборудованию, не нарушая тем самым технологический процесс. Однако, во избежание аварийных ситуаций, все резервное оборудование должно быть заранее подготовлено к возможному пуску: заполнено, прогрето до нужных температур, при необходимости, работать на холостом ходу.

Для выполнения всех этих действий тратится значительная часть ресурсов, однако именно благодаря этому на нефтеперерабатывающих заводах организован непрерывный технологический процесс.

4. Потеря производительности:

Данный вид потерь является частным случаем, возникновения простоя, однако, не смотря на это, он часто встречается в общей практике.

Потеря производительности, зачастую, возникает из-за изменения условий работы оборудования, состава сырья, его основных свойств и др. Вследствие потери производительности происходит срыв работы оборудования и аварийный останов всего процесса. В большинстве случаев, при появлении потери производительности простоя избежать не удается.

5. Брак:

Данный вид потерь встречается зачастую после устранения простоя, когда оборудование еще не достигло своей оптимальной работы, не вышло на режим. Продукт, получаемый в таких условиях, может не соответствовать необходимым параметрам, а, следовательно, являться браком.

В таком случае, упор делается не на количество выпускаемой продукции, а на ее качестве, позволяя сначала обеспечить соответствие всем необходимым параметрам, а затем, при постепенном выходе на режим, повышать объем выпуска продукции. Данный способ не позволит в полной мере избавиться от производственных потерь, однако он способствует их частичному сокращению.

6. Потери при пуске:

Этот вид потерь является последствием простоя оборудования – чем дольше простой, тем более значимые ожидаются потери при пуске. Во время пуска, все затрачиваемые ресурсы идут лишь на подготовку, осуществление и поддержание пусковых работ. Другой полезной работы за собой они не несут.

Следовательно, любой пуск оборудования несет за собой убытки, чем дольше осуществляется этот пуск, тем большие убытки появляются. Поэтому, на сложных нефтеперерабатывающих комплексах стараются создать алгоритм действий при пуске, позволяющий минимизировать пуско-наладочный период эксплуатации установки.

IV. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной статье были рассмотрены шесть основных видов потерь при эксплуатации технологического оборудования, и их взаимосвязь с возникающими простоями. Описаны случаи и способы ликвидации либо минимизации данных потерь.

БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: д.э.н. зав. кафедрой «Менеджмент и сервис», ОмГТУ, доцент - Яковлева Елена Владимировна.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Поцебнева И. В., Лепешкин В. И., Александров Д. О., Алаа Ш. Анализ систем бережливого производства направленных на устранение потерь при работе с производственным оборудованием // Наука молодых - будущее России: сб. науч. ст. 2-й Междунар. науч. конф. перспектив. разработок молодых ученых, 13–14 дек. 2017 г.: в 5 т. Курск: Университетская книга, 2017. С. 139–143.
2. Ваганова В. А., Кузьмина С. Н. Экономическая диагностика и анализ экономического ущерба внеплановых аварийных простоев технологического оборудования // Новая экономическая реальность, кластерные инициативы и развитие промышленности (ИНПРОМ-2016): тр. Междунар. науч.-практ. конф., 19–26 мая 2016 г. / С.-Петерб. политехн. ун-т Петра Великого. СПб., 2016. – С. 328–334.
3. Петров В. Л., Гончаренко С. Н., Парсегов А. С. Моделирование рисков возникновения простоев и аварийных ситуаций технологического оборудования горных предприятий // Горный информационно-аналитический бюллетень. 2012. № 12. С. 283–292.

УДК 339.545

ПЕРСПЕКТИВЫ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

И. В. Левочкин

Омский государственный технический университет, Омск, Россия

I. V. Levochkin

Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В статье подробно рассматривается влияние санкций США, ЕС и их союзников на нефтегазовую отрасль России, которая является одним из основных ресурсов экономики страны. Несмотря на антикризисные меры, очевидным становится негативное влияние санкций на отрасль. В настоящее время перед российской экономикой серьезно стоит вопрос обеспечения стабильной прибыли за счет реализации нефти, нефтепродуктов и газа на внешних рынках в условиях жестких санкций. Были определены основные направления действий санкции и описаны существующие актуальные методы нейтрализации их действий – главным образом, изменение логистической цепочки доставки товара до потребителя

Ключевые слова: нефтегазовый комплекс России, санкции, нефть и газ, импорт и экспорт энергоресурсов.

I. ВВЕДЕНИЕ

Нефтегазовый сектор России играет ключевую роль в обеспечении эффективного функционирования национальной экономики и имеет всеобъемлющее влияние на разные ее аспекты. Так, по итогам I квартала 2022 года доля данной отрасли в валовом внутреннем продукте (ВВП) Российской Федерации составляла 21,7% [1], см рис. 1., показав свой максимум за шесть лет публикаций данных и выйдя на уровень, показанный до обвала рынка в период пандемии COVID-19. Кроме того, нефтегазовые компании «Газпром», «Роснефть», «ЛУКОЙЛ», «Сургутнефтегаз» входят в топ-5 рейтинга компаний по чистой прибыли в стране [2], при этом с 2008 года дополнительные (превышающие нормативную цену) нефтегазовые доходы бюджета формируют Фонд

национального благосостояния России. На начало 2022 года можно было утверждать об устойчивости, эффективности и перспективности отрасли нефти и газа в России.

Однако случившийся внешнеполитический кризис и последующие за ним санкции США, Евросоюза и их стран-союзников заставили существенно пересмотреть свой взгляд на экономику страны на фоне значительного сокращения доходов нефтегазового сектора. Стоит отметить, что механизм введения ограничительных мер в отношении России применяется не впервые – в 2014 году ряд стран также выдвинул санкции в финансовой, банковской, атомно-энергетической, нефтедобывающей и нефтеперерабатывающих сферах деятельности [3]. Однако введенные именно в 2022 году санкции по своему масштабу можно назвать тотальными.

Тема «санкционного давления» в последнее время регулярно поднимается как в СМИ, так и в выступлениях, брифингах различных политических деятелей из-за чего в информационном пространстве возникает неопределенность: с одной стороны, некоторые эксперты заявляют, что западные санкции оказывают сугубо негативное воздействие на российскую экономику из-за ее глубокой связи с рынками сбыта, главным образом в Европе; с другой стороны, часто звучат мнения о том, что благодаря санкциям и введенным в ответ на них мерам импортозамещения российская экономика выйдет на прежний уровень и в долгосрочной перспективе придет к росту экономической независимости.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью работы является исследование санкционных ограничений в нефтегазовом секторе, возложенных на Россию в 2022 году на фоне российско-украинского кризиса. Задача по изучению возможности адаптации российского рынка к санкциям США, Евросоюза и их союзников, а также пути выхода из ситуации экономического спада в настоящее время представляется актуальной.

III. ТЕОРИЯ

Как уже было отмечено ранее, санкции, направленные против России, носят всеобъемлющий характер, затрагивая различные сферы: инвестиции, дипломатические отношения, медиа и СМИ, банковскую сферу, международный спорт, торговлю и много другое. Однако наибольшим влиянием на экономику, а, следовательно, и на жизнь российского общества отличаются санкции на экспорт и импорт отечественных товаров и услуг.

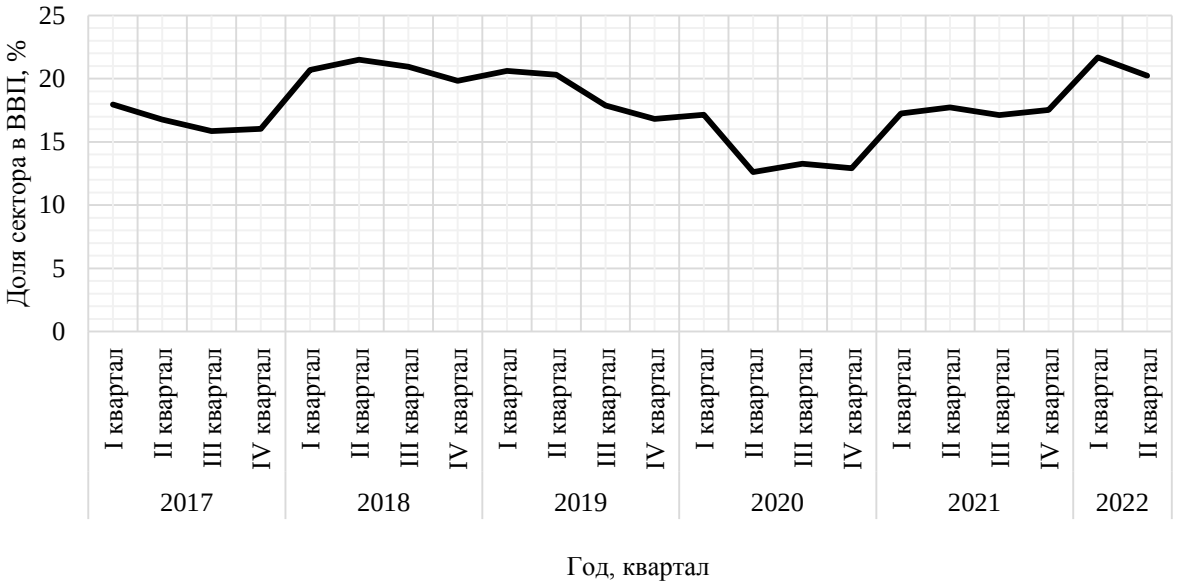


Рис. 1. Доля нефтегазового сектора в валовом внутреннем продукте Российской Федерации

Причиной экономических санкций являются политические разногласия, целями являются: вынуждение изменения политического курса страны, разрушение потенциала государства и замедление роста экономики государства, к которому эти самые санкции применены [4].

Исходя из общепринятых целей санкций, ключевого значения нефтегазового сектора для экономики России и текущих напряженных отношений России со «странами Запада», негативное влияние данного явления является закономерным.

1. Экономические санкции введенные против России

Для более полного понимания перспектив нефтегазового сектора в условиях санкционного давления необходимо определить наиболее пострадавшие направления отрасли, см. Табл. 1. Наиболее часто объектами санкций становились поставки российских энергоресурсов за рубеж, а также импорт иностранного оборудования для нефтегазового сектора в Россию [5].

Таблица 1

Основные экономические санции введенные против рф

Направление санкции	Страна	Дата начала действия	Негативный эффект
Ограничение поставок оборудования для нефтегазового комплекса	Великобритания Австралия Япония США Норвегия Евросоюз Канада	24 февраля 27 февраля 25 февраля 8 марта 18 марта 3 июня 7 июня	Возможное технологическое отставание на фоне уже существующего разрыва в технологиях
Отказ от импорта или сокращение использования* российских энергоресурсов	США Австралия Норвегия Евросоюз* Швейцария	8 марта 25 апреля декабрь 2022 г. 3 июня январь 2023 г.	Проблема реализации товара на менее развитых рынках сбыта
Финансовые санкции против российской нефтегазовой индустрии	Австралия Канада Евросоюз	14 апреля 7 июня 3 июня	Невозможность обеспечения деятельности сектора
Ограничение свободного передвижения российских энергетических потоков	США Евросоюз Норвегия	23 февраля 4 июня 17 июня	Проблема реализации товара на менее развитых рынках сбыта Закрытие проекта Северный поток-2
Искусственное ограничение верхней цены российских энергоресурсов	США Великобритания Германия Франция Италия Канада Японии	декабрь 2022	В случае отказа России продавать ресурсы в таких условиях возрастает как угроза стабильности рынка, так и проблема сбыта продукции

Стоит отметить, что несмотря на жесткую риторику и решительность в вопросе об отказе от покупки российских энергоресурсов, страны Европы не могут сделать это мгновенно ввиду сильной экономической зависимости от них.

Так, например, в рамках шестого пакета европейских санкций предусмотрены ограничительные меры на импорт сырья через порты, при этом указаны исключения для стран, не имеющих других вариантов для покупки. Кроме того, импорт нефти из третьих стран и транзит через территорию Российской Федерации разрешен.

В июле 2022 г. страны Европейского Союза на фоне экономических и логистических трудностей, связанных с ограничениями поставок газа из России, постановили уменьшить потребление газа на 15% в период с августа текущего года по март следующего года. Цель снижения спроса на газ – экономия ресурсов в преддверии холодного сезона на фоне возможным перебоев с поставками газа из России [5].

Аналогичная ситуация касается российского транзита: 28 июня 2022 г. парламент Литовской Республики полностью запретил импорт российского природного газа, внеся поправки в законодательные акты, согласно которым газотранспортная республики будет доступна лишь странам, «не представляющим угрозы национальной безопасности государства». Исключение составили поставки ресурсов в Калининградскую область России, связь которой с основной частью РФ Литва нарушать не вправе.

Отдельно хотелось бы отметить возможность искусственного ограничения верхней цены российских энергоресурсов: 2 августа 2022 г. участники клуба стран G7 (Соединенные Штаты Америки, Великобритания, Германия, Франция, Италия, Канада, Япония) постановили ввести так называемый «потолок цен» – полный запрет на услуги по транспортировке нефти из России, в том случае, если нефть будет покупаться выше предельной цены, которая будет

согласована со странами-партнерами. Кроме того, было заявлено о начале выработке решений, которые привели бы к уменьшению доходов РФ от продажи различного вида углеводородного сырья.

В сентябре стало известно, что страны организации G7 и их партнеры планируют наложить санкции на оказание услуг по морской транспортировке и обслуживании транспортировки нефти и нефтепродуктов из России. 9 сентября 2022 г. правительство США ратифицировало руководство по реализации потолка цен в отношении морских перевозок российской нефти. Опубликованный документ представляет собой общий запрет на вышеуказанные услуги с некоторыми исключениями, который начнет действовать 5 декабря 2022 г. в отношении перевозок российской сырой нефти морским путем и 5 февраля 2023 г. в отношении перевозок российских нефтепродуктов тем же путем [6].

Вслед за США риторику о «потолке цен» на российские энергоресурсы продолжил Европейский союз. Восьмой пакет санкций ЕС от 6 октября 2022 г. законодательно закрепил практику введения «потолка цен» на морскую транспортировку российской нефти и нефтепродуктов в третьи страны. Исходя из его содержания, в перечень попадающих под санкции организаций входит Российский морской регистр судоходства, который выполняет государственный контроль за различной деятельностью, включая организацию безопасного передвижения плавательных средств.

Пакетом санкций установлено, что в случае передвижения морского судна под юрисдикцией третьей страны с российской сырой нефтью или продуктами ее переработки, которые ранее были приобретены по цене выше предельной, судно попадает под запрет оказания ему технической помощи, посреднических услуг, финансовых и страховых услуг, включая услуги, связанные с транспортировкой этим судном сырой нефти или продуктов ее переработки в будущем.

Данный запрет для морского транспорта ЕС будет применяться с даты, когда Совет ЕС единогласно примет решение о введении ценового предела.

13 октября 2022 г. не входящие в Евросоюз Албания, Босния и Герцеговина, Исландия, Лихтенштейн, Норвегия, Северная Македония, Черногория и Украина присоединились к решению о введении ограничений цены нефти и нефтепродуктов.

При этом необходимо понимать, что меры давления на российскую экономику неравнозначны между собой. Так, например, единичный инцидент на трубопроводе «Северный поток-2» оказал куда большее влияние на рынок энергоресурсов, чем планомерное ограничение транспортировок российских нефти и нефтепродуктов, которое удается обходить за счет растущего экспорта морским путем [7] – против этого, собственно, будет направлен «потолок цен».

2. Российские антисанкционные меры

С начала действия масштабных санкций, направленных против экономики России, правительство страны анонсировало антисанкционные меры, целями которых установило поддержку бизнеса и граждан. Несмотря на необходимость использования мер противодействия иностранным санкциям, большинство российских контрсанкций носят скорее защитный характер, в следствие чего их эффективность невелика. Среди некоторых из антисанкционных мер, направленных на нефтегазовый сектор, например:

1. Частичная оплата поставок российского природного газа будет в рублях.

2. Освобождение от НДС оборудования нефтегазового комплекса, среди которого аппараты газохимического комплекса с целью переработки этансодержащего газа.

3. Национализация стратегически важного для России проекта получения сжиженного природного газа «Сахалин-2», большая доля потребления которого приходится на Японию. При этом американская компания Shell потеряла свою долю в проекте, в свою очередь Россия анонсировала создание нового оператора, который получит права и обязанности прежнего «хозяина». Правительство России назначило компанию «Сахалинморнефтагаз-шельф» (Роснефть) управлять проектом.

4. Часть нефтегазовых доходов бюджета в 2022 году может быть использована для финансирования дефицита и приоритетных расходов федерального бюджета. Ранее дополнительные доходы нефтегазового сектора в полном объёме перечислялись в ФНБ, что говорит о росте дефицита бюджета из-за падения прибыльности отрасли нефти и газа.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ

На основании приведенной выше информации можно утверждать, что антироссийские санкции и действия недружественных России стран главным образом воздействуют на следующие направления деятельности в нефтегазовой отрасли:

1. Экспорт из России нефти, газа, продуктов нефтепереработки и российских энергоресурсов в целом.

2. Импорт в Россию высокотехнологичного оборудования для работы нефтегазового комплекса.

3. Осуществление беспрепятственной торговли российскими энергоресурсами.

В то же время необходимо отметить, что односторонних российских антисанкционных мер определенно недостаточно для возвращения к периоду устойчивости на рынке нефти и газа.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Проблему импорта специализированного оборудования для нефтегазового комплекса России принято рассматривать в перспективе ее решения импортозамещением. Стимулирование конкурентных свойств производств, усовершенствование качества запатентованных технологий, модернизация технологической базы, разработка стандартов для повышения качества работ в торговой сфере могут существенно улучшить позиции отечественных компаний и максимально замесить зарубежного производителя в вопросе снабжения отрасли нефти и газа.

В то же самое время проблема перенаправления российских энергоресурсов на другие рынки в настоящее время стоит максимально остро – экспорт нефти и газа находится под серьезным давлением. Европа была крупнейшим потребителем газа, однако к концу 2022 г. данный рынок перестанет давать сколько-нибудь существенный доход – в планы европейских стран входит полный отказ от российского газа. Роль основных потребителей передастся Турции, Китаю, странам СНГ, однако стоит отметить, что потребительский потенциал этих стран существенно меньше, чем у стран Евросоюза. Аналогичная ситуация ждет и рынок нефти – по прогнозам Россию ждет снижение добычи нефти.

В сложившейся ситуации оптимальным вариантом для российского энергетического рынка является смена логистических цепочек поставок продуктов. Так, например, новые перспективы на рынке могут появиться у недавно анонсированного «турецкого хаба», который сможет реализовывать газ в обход санкций, по сути, перепродавая его. В случае с российской нефтью перспективным на фоне санкций представляется отход от трубопроводных транспортировок энергоресурсов в сторону морского сообщения. Интересно то, что, по всей видимости, данный вид транспорт менее всего подвержен влиянию санкций – морскими путями пользуются находящиеся под внешним давлением Иран и Венесуэла.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В работе было представлено исследование санкционных ограничений, наложенных на российский нефтегазовый сектор в 2022 году в условиях внешнеполитического кризиса.

Стало очевидно, что российская экономика проходит период адаптации к экономическим санкциям стран Запада, при этом стоит отметить, что санкционное давление не достигло пика – российский рынок энергоресурсов столкнется с проблемой поиска новых рынков сбыта в конце 2022 и начале 2023 годов, что станет серьезной проверкой для национальной экономики.

В настоящее время наиболее эффективным способом борьбы за реализацию энергоресурсов по приемлемой для России цене является изменение логистических цепочек их поставки – необходимо сфокусировать внимание на возможность транспортировки нефти морским путем и на создании зарубежного хаба для реализации российского газа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Росстат опубликовал информацию о доле нефтегазового сектора в ВВП России в I квартале 2022 года: сайт Росстата. 2022. URL: https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/174229 (дата обращения: 28.11.2022).
2. Самые прибыльные компании России — 2022 // Рейтинг Forbes: сайт Forbes. 2022. URL: https://www.forbes.ru/biznes/477863-samye-pribyl-nye-kompanii-rossii-2022-rejting-forbes (дата обращения: 28.11.2022).
3. Всяких М. В., Бакаева А. В. Санкции в отношении РФ и их последствия // Проблемы экономики и менеджмента. 2015. № 6 (46). С. 143–149.
4. Соргутов И. В. Архитектоника санкций в экономике // Московский экономический журнал. 2021. № 8. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/arhitektonika-sanktsiy-v-ekonomike/ (дата обращения: 28.11.2022).
5. Путеводитель по санкциям и ограничениям против Российской Федерации (после 22 февраля 2022 г.) // Гарант.ру: сайт. 2022. URL: https://base.garant.ru/57750632/ (дата обращения: 28.11.2022).
6. Потолок цен на российскую нефть: возможен ли компромисс // Forbes: сайт. 2022. URL: https://www.forbes.ru/biznes/480425-potolok-cen-na-rossijskuu-neft-vozmozen-li-kompromiss (дата обращения: 28.11.2022).
7. Таблетка от санкций – стройте больше такнеров // Корабел.ру: сайт. 2022. URL: https://www.korabel.ru/news/comments/tabletka_ot_sankciy_stroyte_bolshe_tankerov_3.html (дата обращения: 28.11.2022).

8. Антисанкционные меры 2022 (специальные экономические меры и меры, направленные на поддержку бизнеса и граждан) // Гарант.ру: сайт. 2022. URL: https://base.garant.ru/57750630/ (дата обращения: 28.11.2022).
9. Алехина Т. А., Захаркина Т. В. Импортозамещение как основной инструмент развития экономики России // Вестник Дагестанского государственного технического университета. 2018. № 1. С. 228–235.
10. Западные санкции ведут к трансформации нефтегазовой отрасли России // Российская газета. 2022. URL: https://rg.ru/2022/04/18/eksperty-obsudili-vozmozhnosti-razvitiia-rossijskogo-tek-pod-sankciiami.html (дата обращения: 28.11.2022).
11. 100 млрд кубометров без рынков сбыта // Нефть и капитал: сайт. 2022. URL: https://oilcapital.ru/news/2022-10-31/100-mlrd-kubometrov-bez-rynkov-sbyta-2412687 (дата обращения: 28.11.2022).
12. Европа берет российский газ танкерами // Коммерсант: сайт. 2022. URL: https://www.kommersant.ru/doc/5619161 (дата обращения: 28.11.2022).

УДК 004:005.95

УПРАВЛЕНИЕ УДАЛЁННОЙ КОМАНДОЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

М. Н. Лоханская, К. М. Егоркина
Омский государственный технический университет, Омск, Россия

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению актуальности создания удалённых команд. Данная статья описывает проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель при управлении удаленной командой, знакомит с доступными сервисами для организации индивидуального рабочего пространства сотрудников. В заключении авторы приходят к выводу о том, что в нынешнее время есть много доступных приложений, которые позволяют организовать удалённый рабочий процесс, поэтому создание удалённой команды не вызовет больших трудностей даже у начинающего предпринимателя.

Ключевые слова – удаленная команда, удаленная работа, предприниматель, доступные приложения, рабочее пространство.

I. ВВЕДЕНИЕ

В нашем мире существует много глобальных проблем, которые создают трудности для людей, в особенности для их работы. В последнее время одной из таких проблем стала всемирная эпидемия (COVID-19), которая вынудила людей искать новые способы для организации работы с помощью удалённого доступа. В современном обществе понятие «удалённая команда» не является новшеством, благодаря развитию технологий и доступности информационных ресурсов многие предприниматели поддерживают данный тренд и создают свои команды для удалённой работы.

Целью исследования является оценка доступности организации удалённой команды для начинающего предпринимателя.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

1. Изучить проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель при управлении удалённой командой.
2. Найти доступные сервисы (приложения) для организации индивидуального рабочего пространства удалённых сотрудников и проверить качество их работы.
3. Дать оценку доступности организации удалённой команды для начинающего предпринимателя.

III. ТЕОРИЯ

Дистанционная (удаленная) работа, представляющая собой особую форму организации трудового процесса, при которой штатные сотрудники компании исполняют свои обязанности за пределами рабочего пространства, а основные коммуникации в процессе работы осуществляются с помощью цифровых технологий [5, с.128].

Такой формат организации работы имеет довольно большое количество плюсов как для работников, так и для работодателя. Рассмотрим преимущества для сотрудников:

1. Возможность выполнять работу из любой точки: дом, ресторан, кофейня, отель и т.п.
2. Экономия времени и денежных средств на дорогу от дома до офиса.
3. Свободный график: человек сам выбирает наиболее подходящее время для его работы.
4. Возможность путешествовать без перерыва от работы и т.д.

Теперь рассмотрим преимущества управления удалённой командой для работодателя:

1. Экономия денежных средств на аренду офисного помещения и его обслуживание (электроэнергия, водопровод, отопление и т.д.)
2. Возможность нанимать талантливых сотрудников из разных городов.
3. Сокращение затрат на командировки.
4. Возможность экономить средства на оплате труда удаленным сотрудникам: заработная плата таких работников зависит в большей степени от результата работы, а не от часов, которые они проводят в офисе и т.д.

Но многим предпринимателям, привыкшим к офисной работе плечом к плечу, дистанционный формат работы, управление удалённой командой может показаться неудобным и трудным. Поэтому при переходе на подобный формат управления рабочим процессом стоит обратить внимание на проблемы, с которыми может столкнуться работодатель:

1. Проблемы с продуктивностью. Не все люди могут продуктивно работать вне офиса. Домашняя обстановка отвлекает и возникает проблема с концентрацией. Если у большинства сотрудников будут подобные трудности, то у работодателя возникнут большие проблемы.

2. Проблема со скоростью связи. Не всегда получается сразу выйти на связь с персоналом, так как при значительном разбросе исполнителей по регионам, имеется разница часовых поясов. При таких обстоятельствах реализация срочных проектов сильно затруднена.

3. Проблема с техническим оснащением. Во время удалённой работы необходим компьютер и качественное интернет-соединение. Конечно, в 21 веке у большинства с этим нет трудностей, но бывают и такие случаи, когда у сотрудника нет дома ПК или есть сложности с подключением к интернету.

4. Проблема с оценкой квалификации работников. Невозможно удалённо сделать верные выводы о знаниях и умениях человека, пока он не покажет себя при работе над каким-либо проектом. Не так уж и трудно подделать портфолио и выдать чужие работы за свои. В этом и проявляется большой риск для предпринимателя.

5. Проблема с доверием. Иногда случаются такие неприятные ситуации, когда работник передаёт закрытую информацию конкурентам с целью получения дополнительных денежных средств. Чаще всего так делают недавно нанятые на удаленную работу сотрудники. “Зачастую невозможно определить источник утечки и тем более его устранить. Предполагаемым выходом из данной ситуации может стать личное знакомство с сотрудниками, заключение договоров о неразглашении и найм людей, которым вы уже доверяете”.[2, с. 7]

6. “Контроль нахождения сотрудника на рабочем месте. С прошлого века в большом количестве предприятий остается важным, во сколько сотрудник пришел на работу и во сколько ушел. Разработаны даже целые системы контроля времени, которые сотрудник проводит на рабочем месте. Руководителям удаленных команд будет крайне необходимо переключиться с контроля времени нахождения сотрудника на рабочем месте на контроль результатов работы сотрудника. Не важно где, как и в какое время суток сотрудник выполняет работы, если работа выполнена в требуемый срок и с требуемым качеством”. [4, с. 48]

Чтобы достичь успеха в удалённом управлении, работодателю необходимо правильно подбирать персонал, который будет обладать самостоятельностью и самоорганизацией, трудолюбием, хорошими коммуникативными навыками и доверием, так как удаленная работа предполагает отсутствие постоянного личного контакта, люди должны уметь работать самостоятельно, без постоянного контроля. Также работодателю необходимо грамотно организовывать работу и уделять достаточное количество времени на общение с работниками, проводить общие или индивидуальные встречи или созвоны, обмениваться результатами работы, чтобы удаленные сотрудники не забывали, что они работают в команде на реализацию одного общего проекта. Самым главным аспектом стоит выделить умение работодателем грамотно и удобно создать рабочее пространство, оснащённое всеми инструментами для удалённого доступа. Начинающему предпринимателю удобно создавать удалённую команду для ведения бизнеса, так как есть возможность нанимать сотрудников из разных небольших городов и использовать бесплатные приложения, которые создают удаленный доступ для работы. Тем самым предприниматель может экономить на оплате труда и организации рабочего процесса.

Рассмотрим несколько доступных сервисов, которые можно использовать для работы удаленной команды. Начнем с того, что рабочие места должны обеспечивать внутри команды постоянную коммуникацию, поэтому необходимо, чтобы каждый сотрудник имел платформу для мгновенного обмена сообщениями, для этого есть приложение такие, как Telegram, Zoom или Skype, где можно проводить созвоны с работниками и прямом эфире транслировать информацию в виде презентации и т.п. Также нужно, чтобы сотрудники имели приложения для обмена файла-

ми, популярными и удобными являются Google Docs & Sheets, благодаря им можно спокойно создавать рабочие папки, отправлять друг другу необходимые файлы, открывать доступ на редактирование файлов тем или иным сотрудникам. Особенно важным является правильный выбор инструментов управления проектами и совместной работы, для этого можно использовать доступное приложение Trello. Это облачный сервис для управления небольшими командами и проектами. У Trello есть онлайн версия, доступная для любых браузеров. Работать в приложении можно без подключения к интернету: они запомнят все изменения, а когда вы снова подключитесь к сети, внесут их и в онлайн-версию.Организовать работу в Trello помогают четыре элемента: команды, доски, списки и карточки. Более подробная информация об элементах этого приложения:

• Команды — люди, которых объединяют для работы над какими-то совместными проектами. Например, авторы, маркетологи, редакторы и верстальщики, которые вместе работают над ведением блога. Команды в Trello могут быть публичными и приватными.

• Доски — как отдельные проекты. Их создают внутри команд, и на каждую добавляют участников. В одной команде в бесплатной версии Trello может быть не больше 10 досок, в платной — неограниченное количество.

• Списки — те самые этапы работы, по которым перемещаются задачи. Чаще всего это стандартные колонки: «Нужно сделать» → «В процессе» → «Готово».

• Карточки — конкретные задачи. Именно их переносят по спискам в зависимости от того, на какой стадии выполнения они находятся. На одной доске может быть одновременно сколько угодно карточек: хоть 100, хоть 1 000. В заголовках карточек обычно коротко указывают саму задачу. А в описании более подробно рассказывают о том, что нужно сделать. Или просто сохраняют важную информацию. [1]

“Программное обеспечение для совместного использования экрана и отслеживания времени может помочь наилучшим образом организовать работу и освободить менеджеров от постоянного контроля над разработчиками. Интеграция различных направлений деятельности сотрудника, максимальная автоматизация рабочего процесса позволит не только сэкономить время, но и сделать процесс управления более прозрачным для всех членов команды”. [3, с. 4]

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Для того, чтобы оценить, насколько просто на сегодняшний день можно организовать удалённую работу команды, над данным проектом мы работали исключительно удалённо. В ходе работы мы составили план проекта, определили цель и задачи, написали статью и сделали презентацию. Для этого мы использовали доступные приложения, которые позволили нам организовать совместную удалённую работу:

1. Google Docs. Приложение очень удобно в использовании, имеет большое количество функций для работы с файлами. Есть много инструментов для редактирования. Большим плюсом является настройка совместного доступа, можно дать ссылку на файл другому человеку и внести его в список редакторов, содержание файла изменяется в онлайн режиме. Очень удобным является автосохранение, любые изменения содержания тут же сохраняются, не нужно каждый раз закрывать документ, сохранять и снова открывать, это хорошо экономит время.

2. Zoom. Это приложение является хорошей платформой для дистанционного обучения и онлайн-конференций. Простой и понятный интерфейс, работает на различных гаджетах: смартфоне, компьютере и прочих устройствах. Возможность демонстрации экрана, встроенный чат, если кто-то из участников конференции не имеет возможности аудио- или видео-связи. Но есть небольшой минус — это ограниченное время подключения в бесплатной версии, всего 40 минут. Но эта проблема решается быстрым переподключением и таймер обновляется.

3. Trello. Поработав в этом приложении, мы убедились в удобности интерфейса сервиса. Он представляет собой виртуальную доску, на которой расположены списки и карточки, используемые для работы над конкретным проектом. Можно разбить проект на этапы, создать колонки, дать им название, расписать в них задачи, назначить исполнителя и подключить его к доске. Также есть возможность прямо на доске оставлять комментарии и отмечать людей. Минусом является не очень удобная обратная связь, не всегда можно проследить за выполнением задач, потому что уведомления исполнителю и создателю могут приходить не сразу. Но для небольших компаний это не станет большой проблемой.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Большим преимуществом всех перечисленных нами приложений является их доступность. Они все являются бесплатными, абсолютно каждый человек может применять их в работе. Приложения очень просты и удобны в использовании, не нужно иметь определенных профессиональных навыков, чтобы уметь ими пользоваться, достаточно зайти на официальный сайт приложения и узнать о его функциях. Это особенно удобно для начинающих предпринимателей.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В наше время очень много доступных информационных ресурсов, которые можно использовать в работе и есть достаточное количество приложений, в том числе бесплатных, для удаленного доступа, они могут стать находкой для начинающих предпринимателей, которые хотят управлять удалённой командой, при этом не тратить много средств на организацию рабочего пространства. На основе проведенной работы мы можем сделать вывод о том, что организация удалённой команды для начинающего предпринимателя весьма доступна.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: ст. преподаватель кафедры "Менеджмент и сервис" ОмГТУ Белолобова Анна Александровна.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Trello helps teams move work forward // Trello. URL: https://trello.com/ (дата обращения: 27.10.2022).
2. Бестужев А. А. Управление удалённой командой // Вуз и реальный бизнес. 2019. № 1. С. 18–25.
3. Гурова И. М. Дистанционная работа как тренд времени: результаты массового опыта // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2020. Т. 13, № 2. С. 128–147. DOI: 10.18184/2079-4665.2020.11.2.128-147.
4. Королёв В. В. Учимся работать удаленно // Инновационная экономика и менеджмент: методы и технологии: сб. материалов II Междунар. науч.-практ. конф., 26 окт. 2017 г. М., 2018. С. 47–49.
5. Рафикова З. Р., Растегаева Ф. С. Основные правила эффективного управления удаленной командой // Современные технологии управления. 2021. № 1 (94). С. 1.

УДК 339.138

ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА В DIGITAL-СФЕРЕ

Е. О. Лукомская, Н. Г. Кошелева

Омский государственный технический университет, Омск, Россия

E. O. Lukomskaya, H. G. Kosheleva

Omsk state technical University,Omsk,Russia

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические основы продвижения бренда в digital-сфере. Дается общая характеристика понятий бренд, брендинг, продвижение бренда и продвижение бренда в digital-сфере. Цель статьи: изучение особенностей продвижения бренда в digital-сфере. Заявленная цель достигнута посредством решения следующих задач: рассмотреть понятие «бренд»; изучить методологические особенности продвижения бренда; исследовать особенности продвижение брендов в digital-сфере; рассмотреть проблемы продвижения бренда в digital-сфере и возможные решения этих проблем.

Ключевые слова – бренд, digital-сфера, продвижение брендов, проблемы в продвижении брендов, продвижение брендов в digital-сфере, маркетинг, брендинг.

I. ВВЕДЕНИЕ

Первые предприниматели появились в далеком прошлом. Когда у людей появись излишки различной продукции и материалов, тогда люди начали обмениваться предметами быта и пищи. С того времени прошло несколько тысяч лет. В те времена продукцию не рекламировали, просто выкрикивали на улице о продаже.

В настоящее время миллионы фирм и компаний производят различные товары/ продукты/ услуги. Для успешного продвижения не только отдельных продуктов, но и компаний в целом, был создан маркетинг. Определений маркетинга более тысячи, но простыми словами маркетинг – это продвижение продукта или предприятия на рынке. Филип Котлер, американский экономист и маркетолог, в своё время сказал, что маркетинг – это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

Для узнаваемости компании были созданы торговые знаки, логотипы бренда. Так продукцию стало легче запоминать, отличать, рекламировать/ продвигать. В настоящее время в экономике бренды играют роль комму-

никаторов между компаниями и потребителями, сам брендинг содержит в себе технологию создания потребностей покупателей в товаре, с помощью этого расширяются возможности маркетинговых отношений.

Многие способы компании используют до сих пор. Например, листовки, баннеры на зданиях, плакаты на транспорте, оповещение через радио и телевидение. Но в современном мире каждый день появляются новые технологии, и времена, когда продвижение продукции/ компании осуществлялась без интернета, уходят. Сегодня удобно продвигать товары через digital-сферу.

У продвижения бренда в digital-сфере есть не только свои приоритеты, но и некоторые проблемы, которые, конечно, можно решить.

Целью написания статьи является изучение продвижения бренда в digital-сфере.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Для реализации поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

1. Рассмотреть понятие «бренд»;
2. Изучить методологические особенности продвижения бренда;
3. Исследовать особенности продвижение брендов в digital-сфере;
4. Рассмотреть проблемы продвижения бренда в digital-сфере и возможные решения этих проблем.

III. ТЕОРИЯ

В настоящее время развитие собственного бренда является одной из наиболее важных задач для продвижения любой компании. Именно по этой причине бренд относят к одним из её главных активов в современной конкурентной среде. Сам по себе бренд – это сгруппированный перечень концепций, уникальных решений, чувств восприятия, ценностных свойств, связанных с товаром или услугой определенной организации[1]. Иными словами, брендом можно назвать ментальную оболочку продукта или бизнеса. Это аргументированно тем, что бренд компании вызывает прямую ассоциацию с имиджем, статусом или репутацией компании.

Независимо от того, насколько популярен брендинг сейчас, он берёт свое начало с давних времен, когда в Европе начали клеймить различные изделия. Это было необходимо для того, чтобы люди узнавали, кто изготовил товар. Помимо этого, в древненорвежском языке существовал глагол «brandr», («клеймить»), применяемый для удостоверения права на скот и домашнюю утварь.

Таким образом, роль и место бренда в современном обществе формировались в течение длительного периода. Учитывая это, необходимо уметь отличать такие понятия, как бренд, товарный знак и торговая марка[3].

Таблица 1

Основные понятия

Термин	Определение
Бренд	набор восприятий в воображении потребителя, определенные ассоциации и ценности, которые возникают у потребителя в процессе покупки и использования данного бренда.
Товарный знак	юридический термин, обозначающий объект интеллектуальной собственности, защищающий название и некоторые другие атрибуты товара (фирмы, услуги, идеи) от конкурентов
Торговая марка	название, имя, под которым рекламируют, продвигают, продают продукцию, услуги, организации, идеи

Однако, разобравшись в данных определениях, стоит отметить, что любой бренд обозначается торговой маркой, но не каждая торговая марка обозначает бренд.

Бренд имеет свою структуру, в которую, непосредственно, входят как материальные, так и нематериальные составляющие. Их главное отличие заключается в том, что первые описывают сам товар, а вторые – эмоции потребителя.

К материальным составляющим относят:

- название или зарегистрированное торговое имя, нейминг;
- логотип, эмблема;
- фирменный стиль – цвета, стиль шрифта, спецодежда с логотипом и прочее;
- фотографии, графика и иллюстрации;
- слоган;
- сайт и его дизайнерское оформление (дизайн);

▪ корпоративная коммуникация (PR, реклама, внутренние мероприятия для персонала, внешние события);

▪ правила поведения и корпоративная культура;

▪ человек (либо герой), ставший лицом компании;

▪ тактильные составляющие (материалы, которые используются в производстве, упаковка, специфические ароматы).

Нематериальные составляющие включают в себя:

• идея бренда;

• аудиальные ассоциации;

• аромат;

• идентификация среди других товаров;

• суть бренда (миссия — основная характеристика, которая определяет его сущность, рыночное предназначение);

• функциональные и эмоциональные ценности бренда;

• идентичность (индивидуальность, характеризующаяся признаками отличия);

• образ (восприятие бренда целевой аудиторией потребителей);

• сила бренда (мера популярности и доминирования его в категории);

• философия и ценность бренда (brand value);

• лояльность (отношение и опыт, получаемый от взаимодействия потребителей с брендом, которые определяют количественную долю повторных покупок)[2].

Таким образом, бренд является одним из наиболее важных элементов организации, благодаря которому потребитель ассоциирует продукт и придаёт ему большее значение.

Чтобы бренд стал известным, его необходимо продвигать на рынок. Не только создание бренда, но и его продвижение является одной из главнейших задач, успешное выполнение которой поможет заниматься бизнесом в долгосрочной перспективе. Продвижение (или promotion) – это комплекс маркетинговых мероприятий, которые направлены на увеличение доли рынка и узнаваемости бренда, или на вывод новой продукции / услуги/ предприятия на рынок, также продвижение нужнодля повышения эффективности продаж через различные способы и привлечение новых клиентов[1]. В идеале, в компании должен быть маркетолог,то есть специалист, создающий стратегию продвижения бренда (возможно, продукции и компании в целом).

Часто люди путают термины «продвижение» и «раскрутка». Не смотря на то, что обе деятельности предназначены для узнаваемости бренда, они применяются в различных ситуациях и для различных целей. Раскрутка бренда – это разовый комплекс мероприятий, который создается в самом начале производства и работы организации[2]. Цель раскрутки – это создать образ бренда, то есть ряд мероприятий, для первого контакта с потребителями. А продвижение бренда – это длительный процесс, который требует постоянные финансовые вложения и интересные креативные подходы в рекламе. Продвижение бренда на рынок производится всегда и постоянно.

Следует обратить внимание на то, что нет определенной стратегии для продвижения брендов, в каждой ситуации используются различные способ и методы для осуществления продвижения. Так происходит, потому что нужно учитывать различные факторы, влияющие на саму компанию, её внешнюю среду, рынок и т.д. Чтобы разработать эффективную стратегию продвижения бренда, необходимо соблюдение последовательности мероприятий:

1. Исследовать рынок, на который выводится бренд;

2. Проанализировать конкурентов;

3. Изучить целевую аудиторию;

4. Определить цель и задачи по продвижению бренда;

5. Рассчитать бюджет;

6. Сформировать стратегию и тактику продвижения, т.е. определить инструменты коммуникации и маркетинга[4].

Способы продвижения брендов менялись с развитием технологий. Если ещё меньше века назад бренды рекламировали только листовками, позже по радио, то сейчас продвижение осуществляется с помощью новейших разработок не только в офлайн-режиме, но и успешно используется в digital-сфере.

Цифровой маркетинг появился в 90-х годах прошлого века после создания поисковой системы Archie. Цифровой маркетинг выполняет такие функции, как и обычный маркетинг, только на просторах Интернета. С digital—сферой связывает все то, что относится к информационным технологиям (SMM, SEO, web-дизайн, разработка сайтов, контекстная и медийная реклама).

Инструментов для продвижения бренда в digital—сфере на данный момент достаточно много. Разберем только часть из них.

Одним из самых распространенных способов продвижения бренда в digital—сфере является контент-маркетинг. Контент-маркетинг – это такой способ продвижения с помощью публикации в различных социальных сетях, тематических сайтах или в блоге. Многие компании ведут блог, который позволяет вызвать доверие у пользователей, сами читатели этого блога являются потенциальными клиентами, тем самым повышается узнаваемость бренда. Согласно некоторым исследованиям, контент-маркетинг дешевле традиционного маркетинга более чем на 60%.

Не менее популярен видео-маркетинг, так как с каждым годом число компаний, использующих такой вид продвижения, только растет. Видео повышает приверженность клиента к бренду, тем самым происходит продвижение. Было выяснено, что на просмотр видео-рекламы в Интернете пользователь тратит почти 18 часов в неделю. Эксперты рекомендуют использовать в продвижении разные типы видео-маркетинга, а не останавливаться только на одном.

В настоящее время появляются блогеры в различных социальных сетях, у которых огромная аудитория. Многие компании продвигают свой бренд именно через популярных блогеров.Но, несмотря на то, что охват огромен, результат не всегда успешный. Отсюда появляется микроинфлюенсинг, то есть маркетинг влияния на относительную аудиторию с одинаковыми интересами и потребностями. Так выбираются каналы с узкой тематикой, но которые соответствуют направленности и специфике бренда. Лучше продвигать бренд с помощью микроинфлюенсинга, чем заплатить одному блогеру с разнообразной огромной аудиторией.

Часто встречаются понятия SMM и SEO. SMM продвижение – это такое продвижение в социальных сетях, которое используется для расширения аудитории и увеличения продаж. А SEO продвижение – это продвижение сайта в различных поисковых системах. Такой вид продвижения требует финансовых затрат на работу специалистов, так как происходит с помощью технических инструментов.

Продвижение бренда в digital-сфере имеет ряд преимуществ:

1. Позволяет охватитьбольшое количество потребителей, которые используют планшеты и мобильные телефоны, играют в игры, загружают приложения, смотрят фильмы.

2. Не требует много затрат.

3. Позволяет собирать данные, что позволяет сделать необходимые выводы об эффективности выбранного продвижения. Происходит это с помощью того, что в цифровой среде практически всегда действие пользователей фиксируется системами.

4. Легко распространяется, так на любом объявлении можно оставить QR-код, отсканировав который можно перейти на сайт компании.

Несмотря на то, что данный вид продвижения и продвижение в целом имеет ряд плюсов, имеются и негативные моменты. С помощью опроса пользователей, проведенного в Google-форме, были выявлены проблемы с продвижением бренда в digital-сфере.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В первую очередь у пользователей спросили, обращают ли они внимание на рекламу в целом, например, вывески, баннеры, рекламу в Интернете и т.д. На рис. 1 представлена диаграмма, отражающая ответы на поставленный вопрос.

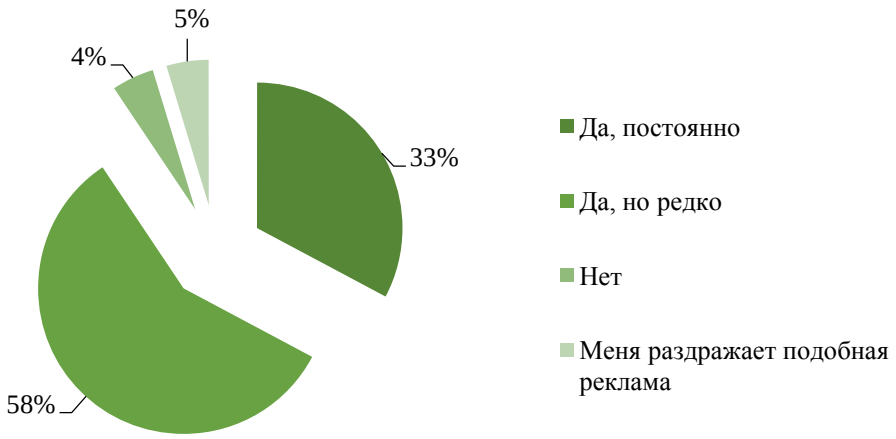


Рис. 1. Ответ на первый вопрос опроса

На рис. 2 представлена диаграмма ответа на вопрос «Влияет ли реклама на Ваше восприятие брендов?»

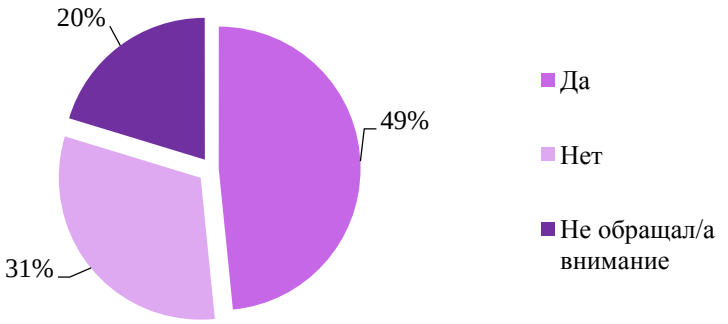


Рис. 2. Результат опроса на второй вопрос

В ходе опроса было выявлено то, как часто пользователи видят рекламу в интернете.

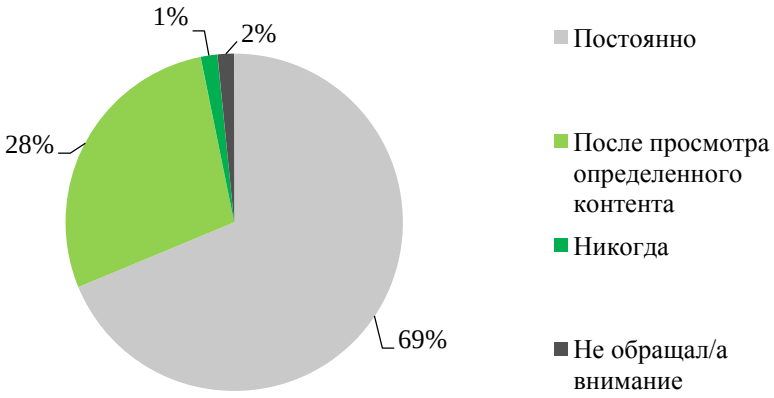


Рис. 3. Результаты ответов на третий вопрос

В четвертом вопросе было выяснено, покупают ли пользователи продукты, которые рекламируют популярные блогеры с большой аудиторией.

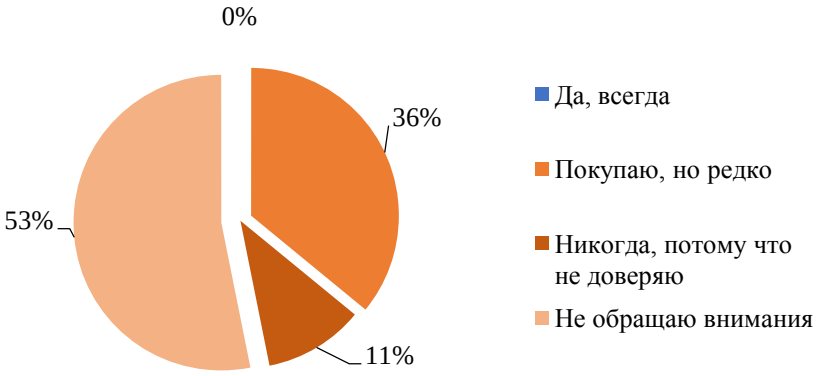


Рис. 4. Результаты ответов на четвертый вопрос

В следующем вопросе было выяснено, покупают ли пользователи продукты, которую рекламируют блогеры определенной тематики.

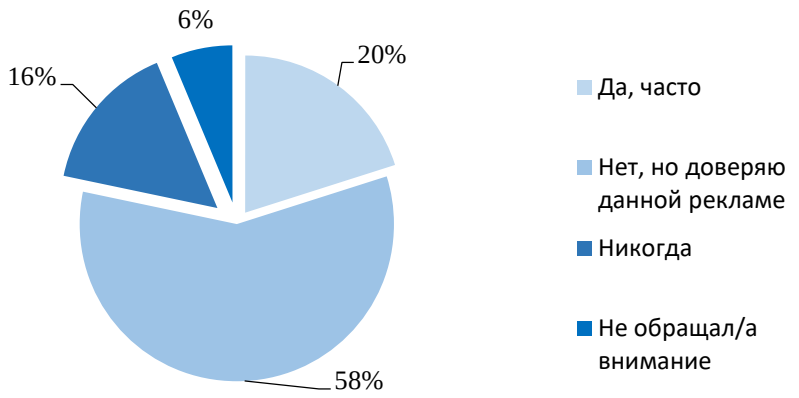


Рис. 5. Результаты ответов на пятый вопрос

В следующем вопросе было выявлено, что вызывает негативные эмоции у пользователей при просмотре рекламы в digital-сфере.

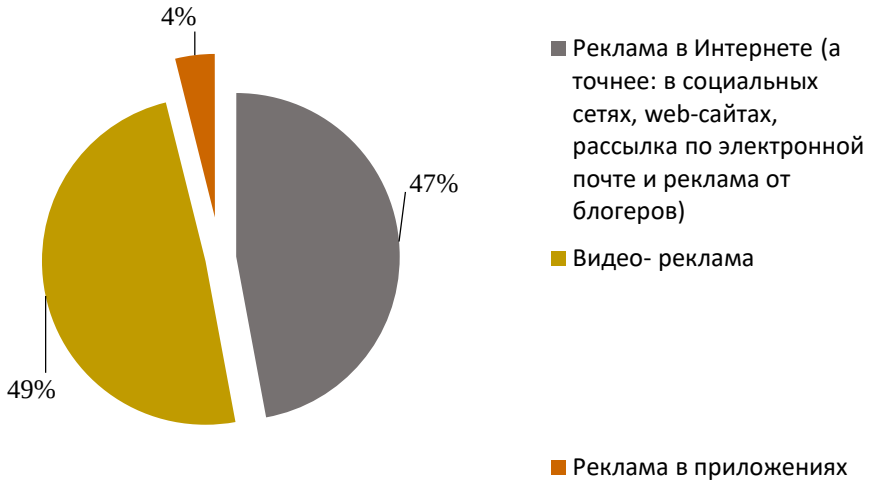


Рис. 6. Результаты ответов на шестой вопрос

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результаты опроса показали, что реклама в digital-сфере оказывает влияние на потребителей больше, чем обычная реклама. Однако, несмотря на популярность такого продвижения брендов, есть проблемы, связанные с появлением негативных эмоций при просмотре основного контента пользователями.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЯ

В ходе исследования были рассмотрены особенности продвижение брендов в digital-сфере. Также был проведен опрос, по результатам которого были выявлены проблемы в продвижении в digital-сфере. Проанализировав ответы, могут быть предложены следующие оптимальные решения:

1. Умная реклама, которая не раздражает пользователей;
2. Убрать назойливую рекламу, которая портит репутацию бренда.

БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: доц., к. э. н. Саяпина Наталья Николаевна.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бренд-менеджмент: учеб. пособие / М. С. Агабабаев, Е. А. Жадько, З. В. Нестерова, Т. Л. Сысоева. М.: М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. Екатеринбург: [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2020. 139 с.

2.Каленская Н. В., Антонченко Н. Г. Брендинг: учеб. пособие. Казань: Абзац, 2019. 125 с.

3. Баранова Н. А. Бренд-менеджмент: учеб. пособие / Костанайский гос. ун-т им. А. Байтурсынова. Костанай, 2018. 163 с.

4. Домнин В. Н. Брендинг. М.: Юрай, 2018. 411 с.

УДК 338.2:004

ДОРОЖНЫЕ КАРТЫ КАК ИНСТРУМЕНТЫ ПРИКЛАДНОЙ ИННОВАТИКИ

Е. О. Лукомская, Ю. В. Плохих

Омский государственный технический университет, Омск, Россия

E. O. Lukomskaya, Y.V. Plokhikh

Omsk state technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические основы дорожной карты, инструмента прикладной инноватики. Дается общая характеристика понятий прикладной инноватики и дорожных карт. Обозначаются основные задачи инструмента, перечисляются способы создания и составления дорожных карт, дается общая характеристика инструмента. Заявленная цель может быть достигнута посредством решения следующих задач: необходимо рассмотреть понятие дорожных карт; необходимо изучить характеристику рассматриваемого инструмента; необходимо изучить способы создания и использования дорожных карт.

Ключевые слова: дорожные карты, roadmap, прикладная инноватика, инструменты прикладной инноватики, план проекта, дорожное картирование, roadmapping.

I. ВВЕДЕНИЕ

Для любой компании важно развитие для продолжения своей жизнедеятельности. В настоящее время большинство компаний для продвижения внедряют в свою деятельность различные современные технологии. Но для успешного развития, улучшения и модернизации недостаточно только одних технологий, необходимо создавать разные методы и способы, которые будут задействовать все эти технологии, а также такие методы позволят спрогнозировать дальнейшую тенденцию развития компании и спланировать возможный сценарий развития. Одним из этих методов является дорожная карта.

Дорожные карты были придуманы не так давно, но с их помощь уже разработаны технологии для развития для большого количества товаров/ продуктов и услуг. Например, Microsoft, Samsung и Apple.

В России дорожные карты появились только в 2011 году, когда Президент Российской Федерации поставил задачу по реализации проекта Национальной предпринимательской инициативы. Основа этого проекта – разработка дорожной карты, которая будет делать проще и дешевле, также придаст ускорение процедур по ведению бизнеса.

Дорожные карты можно использовать не только для разработки развития компании или продукта, но и создание улучшения отдельных регионов и даже целых стран.

Целью написания статьи является изучение дорожных карт как инструмента прикладной инноватики.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Для реализации поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

1. Рассмотреть понятие дорожных карт;
2. Изучить характеристику данного инструмента;
3. Изучить способы создания и применения дорожных карт.

III. ТЕОРИЯ

Прикладная инноватика рассматривает решение задач, связанных с научно-технической деятельностью, и проблемами планирования научно-технической деятельности. В основе прикладной инноватики лежит система представлений, различных идей и методов, которые направлены на анализ данной деятельности. Зачастую решением для подобных задач является создание какой-либо инновации. Понятие инновация интерпретируется как превращение потенциального научно-технического прогресса в реальный, воплощающийся в новых продуктах и технологиях. Определений этого понятия известно достаточно много, но все они сводятся к тому, что инновация представляет собой процесс, главной функцией которого является изменение. Эти изменения можно воплотить с помощью различных инструментов таких, как дорожная карта, технологическая платформа и технологический коридор.

Сам термин «дорожная карта» (в английском языке Road Map) используется не только в менеджменте, но в экономике и международных отношениях. Дорожная карта – это детализированный прогноз рыночного продвижения инновационного продукта, основывающихся на расширенный рыночный анализ. Простыми словами, дорожная карта – это план развития или же план мероприятий по развитию продукта/ компании/ региона и так далее. В основе этого метода лежит разложение процесса достижения какой-то цели на определенные шаги в течение какого-то периода.

Одна из главных задач дорожных карт – это показать всю будущую работу, то есть полный маршрут какого-то продукта по времени реализации проекта.

Следует отметить, что чаще всего этот инструмент используют в проектах с несколькими рабочими группами. Главное в работе команд работать по заранее разработанному плану работы в команде. У каждой рабочей группы есть свои задачи, но при этом они соответствуют цели проекта и его общей стратегии, которые описаны в дорожной карте. Дорожные карты имеют ряд преимуществ, которые помогаю в работе над проектом:

1. Общая картина маршрута продукта

2. Можно внести какие-либо изменения и поправки в любой момент работы с проектом

3. Любой человек, который заинтересован в проекте, может открыть дорожную карту и увидеть, на каком этапе находится проект, и кто из сотрудников этим этапом занимается.

Часто случается, что дорожную карту могут перепутать с планом всего проекта. И план проекта, и дорожная карта – это документы, отражающие в себе суть деятельности, их задача описать путь продукта проекта за какое-то время. Главное отличие между ними – это то, что дорожная карта делает только общий обзор проекта, не углубляясь во все детали, а план проекта, наоборот, полностью описывает все задачи, шаги и детали.

Для работы с дорожной картой советуют определить специалиста, который будет отвечать за работу с этим инструментом. В задачи такого специалиста будут входить: работа по взаимодействию между отделами и соблюдение сроков сдачи работ. Также одной из функций работника будет входить оценка условий внешней среды, то есть при каких-либо переменах специалист сможет скорректировать дорожную карту под необходимые условия. При отсутствии такого инструмента любые изменения в первоначальном плане могут критически сказаться на работе компании в целом. То есть специалисты одного отдела не дождутся ответа от своих коллег, и перераспределят ресурсы на выполнение других задач.

Для создания дорожной карты нужно сопоставить различные элементы. К этим элементам можно отнести сроки сдачи работ, графики, результат работы, выбор ответственных, задачи и цели, целевая аудитория, каналы продвижения и так далее.По составлению дорожной карты можно выделить несколько основных принципов:

1. Создать расписание самого проекта. Данный этап позволит ответить на вопросы: когда начинается и завершается проект? Что будет происходить? Тем самым получится хронология результатов, которых следует ожидать.

2. Выделить результаты, которые нужно ожидать. Данный этап позволит ответить на такие вопросы, как: какие будут результаты?

3. Обозначить возможные риски в проекте. На данном этапе можно будет ответить на следующие вопросы: есть ли риски? Следует ли на них обращать внимание? Какие сложности могут возникнуть во время работы?

Сам процесс создания дорожных карт называется дорожное картирование или Roadmapping.

У готовой дорожной карты должны быть следующие признаки:

1. Вариативность – наличие нескольких способов для решения той или иной задачи.

2. Долгосрочность – процесс, который имеет свои заранее определённые сроки.

3. Прозрачность – все должно быть единым целым и доступным для всех участников.

4. Готовая дорожная карта должна показывать положительный результат её действия.

Составить дорожную карту можно несколькими способами: вручную в таблицах, с помощью презентации или специальных онлайн-сервисов.А для эффективного использования инструмента использовать в ходе работы цикл Деминга. Цикл обозначается английскими буквами PDCA (Plan Do Check Act), что переводится: Планировать – Делать – Проверять – Действовать. Данный цикл помогает определить цели, выделить основные шаги и результаты, скорректировать и проконтролировать работы.

В качестве эксперимента была разработана дорожная карта для цифрового продукта «Карта достопримечательностей». Дорожная карта была создана с помощью Интернет-ресурсов на сайте «Venngage».

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Как правило, дорожная карта отображает в себе периоды, за которые выполняется проект, и что нужно сделать на каждом этапе.

Изначально был создан цифровой продукт «Карта города», то есть версия 1.0. Данная версия представляет себя как приложение, которое отображает карту города Омска.

Через год были разработаны ещё одна версия продукта, то есть версия 2.1, которая содержит в себе все качества версии 1.0 и добавляет новые – построение маршрутов по выбору пользователей, расписание автобусов и их местоположение.

Через два года с начала создания первой версии разрабатываются три новых: 3.1, 3.2 и 3.3, которые содержат качества предыдущих версий, но с различными инновациями и доработками. Так версия 3.1 включает в себя такое усовершенствование, как увеличение карты до масштабов Омской области и построение маршрутов по области. Версия 3.2 появляется такая инновация, так указание достопримечательностей города Омска с их историей. В версии 3.3 добавляется указание на погоду и предупреждение о возможной опасности (например, сильный ветер или гололед).

На следующий год добавляются усовершенствования в новых версиях 4.1 и 4.2. Версия 4.1 содержит в себе все качества, которые были в версии 3.1, но к ним добавляются указания на достопримечательности Омской области с их историей и с построением маршрута до них. Версия 4.2 включается в себя все те качества, которые были в версии 3.2, добавив к ним афишу на различные мероприятия и возможность купить билет.

Так, через год из версий 4.1 и 4.2 разрабатывается версия 5.1. Данная версия также содержит в себе все прежние улучшения, но уже с указанием гостиниц и отелей города Омска и появляется возможность перейти на сайт этих гостиниц и отелей.

Через 6 лет после разработки первого продукта появляется версия 6.1, которая была разработана с помощью объединения версии 5.1 и версии 3.3. Версия 6.1 – карта не только города Омска, но и всей области с указанием на состояние дорог, построением маршрутов и вариантов передвижения на автобусах, кроме того на карте изображены достопримечательности всей области с их историей описанием, есть возможность купить билеты и найти отель. Появляется такое усовершенствование, как 3D картинка достопримечательностей на карте.

Новый цифровой продукт версия 7.0«Карта достопримечательностей»– это новый продукт, полученный из версии 6.1, но уже распространенный на территории всей Сибири.

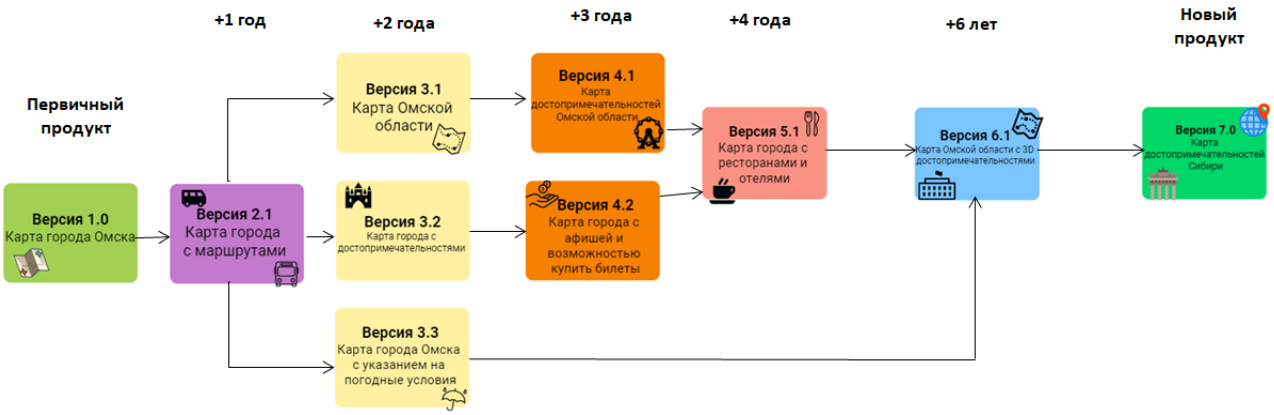


Рис. 1. Дорожная карта

V . ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В ходе эксперимента была разработана дорожная карта для цифрового продукта. Данный инструмент позволил увидеть развитие проекта в течение 7 лет. Готовую дорожную карту можно представить инвесторам для получения финансирования, также можно разделить команду на группы, которая будет выполнять определенные обязанности в ходе разработки продукта. Помимо этого, карту можно редактировать, с учетом произошедших перемен внутри компании и на рынке.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Такой прикладной инструмент, как дорожная карта, необходим для того, чтобы компания смогла увидеть полную картину проекта, разрабатываемого продукта. Следует отметить, что специалистам проекта необходимо регулярно сверяться с дорожной карты, это делается для предотвращения сбоя и проблем. Также важно понимать как будет изменяться продукт во времени, так дорожная карта будет не просто документом, а инструментом, с помощью которого можно реализовать конкретные цели.

БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: старший преподаватель каф. «Менеджмент и сервис» Плохих Ю. В.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Костров А. В. Основы информационного менеджмента: учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2004. 336 с.

2. Сайт по разработке дорожной карты Venngage // Venngage. URL: https://venngage.com/ (дата обращения: 02.11.2022).

3. Алексеев А. А. Инновационный менеджмент: учеб. практикум для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2021. 259 с.

4. Зайнуллина Л. Дорожная карта как эффективное средство достижения целей // Управление производством, 2014. № 4. URL: http://www.up-pro.ru/library/production_management/operations_management/dorozhnaya-karta.html (дата обращения: 02.11.2022).

5. Метод структурирования процессов развития на основе «дорожных карт» // URL: http://tvv48.narod.ru/books/2012/inn/2.2.pdf (дата обращения: 02.11.2022).

6. Лапин Н. И., Карачаровский В. В. Теория и практика инноватики: учеб. для вузов. 2-е изд. М.: Юрайт, 2021. 350 с.

УДК 338.45

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АППАРАТА ВОЗДУШНОГО ОХЛАЖДЕНИЯ

В. А. Ляшко

Омский государственный технический университет, Омск, Россия

V. A. Lyashko

OmSTU, Omsk, Russia

Аннотация. В статье рассмотрена экономическая целесообразность совершенствования аппарата воздушного охлаждения. Экономический эффект от использования данного приспособления может быть получен на производственном предприятии нефтяной, газовой, нефтехимической, пищевой промышленности.

Ключевые слова: аппарат воздушного охлаждения, экономическая эффективность, производительность.

I. ВВЕДЕНИЕ

Аппараты воздушного охлаждения имеют свое распространение в многих отраслях промышленности и предназначены для охлаждения различных сред. Теплообменный процесс протекает в пакете оребренных труб поперечным потоком атмосферного воздуха, подаваемого с помощью лопастей вентилятора, осуществляющих работу с помощью подвода электрической энергии.

Использование АВО позволяет убрать из эксплуатационных затрат на теплообменное оборудование такие дорогостоящие статьи расходов как затраты на химическую подготовку и прокачку воды, борьбу с замерзанием в зимний период эксплуатации и затраты на очистку сточных вод. При этом АВО устраняет экологические проблемы, связанные со сбросом нагретых сточных вод, сточных вод загрязненных утечками нефтепродуктов, реагентами, использующимися в водоподготовительных установках и в процессе промывки теплообменного оборудования.

Процесс переноса тепла имеет существенную зависимость от степени оребрения поверхности тубы, температуры окружающей среды и площади теплосъема. От качественной работы аппарата зависит производительность установки по целевому продукту, а значит прибыль с реализации процесса.

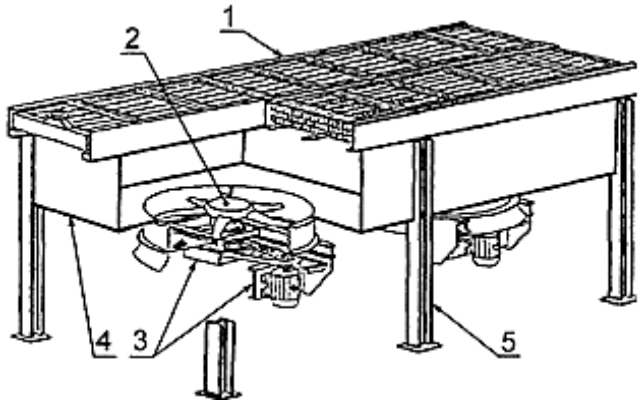
II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Основная задача, расссматриваемая в данной статье – исследование экономической эффективности аппарата при изменении ключевых параметров и основных возможностей совершенствования АВО.

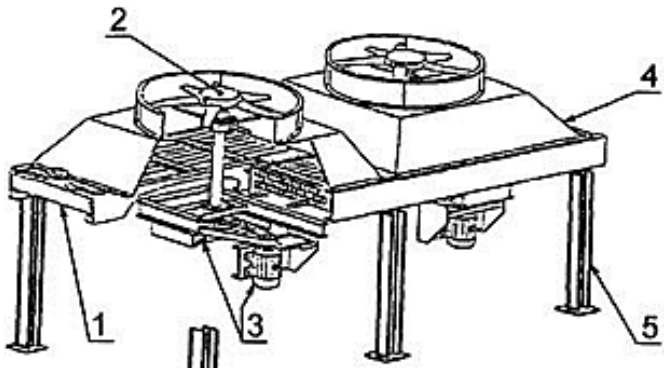
III. ТЕОРИЯ

Аппарат воздушного охлаждения состоит:
- теплообменной секции;
- колеса вентилятора;
- привода вентилятора;
- диффузора с коллектором;
- металлоконструкции.

По способу принудительной подачи охлаждающего воздуха на теплообменную поверхность аппараты подразделяют на два вида: аппарат нагнетательного типа (а) и аппарат вытяжного типа (б).



а



б

Рис. 2. Аппарат воздушного охлаждения горизонтального типа:
а – аппарат нагнетательного типа; б – аппарат вытяжного типа;
1 – теплообменная секция; *2* – колесо вентилятора; *3* – привод вентилятора;
4 – диффузор с коллектором; *5* – удерживающая металлоконструкция

Для повышения эффективности аппарата воздушного охлаждения в его конструкции предусмотрены испарительные насадки: летний период работы водяные форсунки распыливающие воду автоматически включаются при повышенной температуре окружающей среды. При низкой температуре (зимой) можно отключать электродвигатель и вентилятор; при этом конденсация и охлаждение происходят за счет естественной конвекции.

Интенсивность теплосъема в аппарате можно регулировать изменением, например, расхода прокачиваемого воздуха за счет угла наклона лопастей вентилятора или изменением числа оборотов электродвигателя.

Повышение коэффициента теплоотдачи к воздуху осуществляется за счет использования более эффективного оребрения. Форма ребра имеет различную конфигурацию (рис. 2), причем ребра могут быть использованы как для оребрения одной трубы, так и для пучка из двух, трех и более труб.

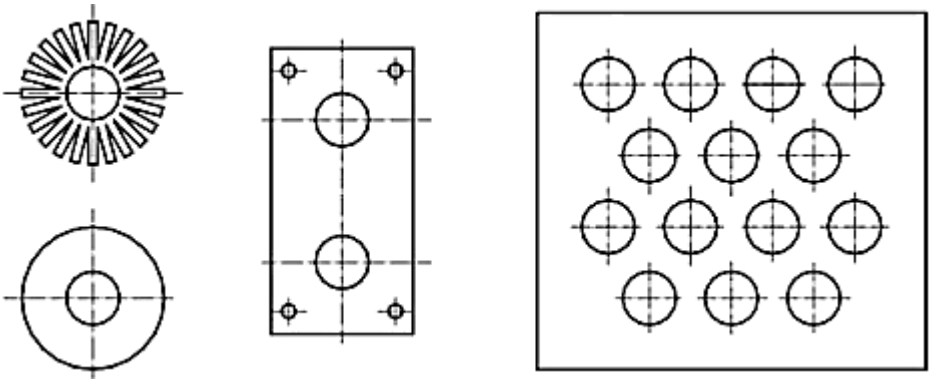


Рис. 5. Различная геометрия ребра:
а – круглые ребра; *б* – прямоугольные ребра; *в* – прямоугольные ребра для пучков труб

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В процессе исследования процесса совершенствования конфигурации аппарата воздушного охлаждения приходим к следующим результатам:

При увеличении теплосъема в жаркую погоду (температура окружающей среды более 24 ℃) с помощью увеличения объема воздуха подаваемого на обдув площади теплообмена, получаем увеличение сжиженных продуктов при их сепарации и уменьшение сброса ценного продукта в линию некондиции. Соответственно, увеличение экономической выгоды за счет сбыта целевого компонента переработки.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Полученные результаты позволяют увидеть повышение производительности установки и экономическую целесообразность улучшения аппарата.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Использование возможных методов увеличения теплообмена на поверхности трубных пучков приводит к результату увеличивающую эффективность работы аппарата в целом и, соответственно, тем самым получаем экономическую целесообразность данного совершенствования.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель Филькин Н.Ю. Автор благодарит Яковлеву Е.В.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Методика расчета аппаратов воздушного охлаждения газа. М.: ВНИИГАЗ, 1982. 32 с.

2. ГОСТ Р ИСО 13706-2006. Аппараты с воздушным охлаждением. Общие технические требования. М.: Изд-во стандартов, 2007. 56 с.

3. Колотилов Ю. В., Китаев С. В., Дарсалия Н. М., Смородова О. В. Системный анализ оборудования компрессорных станций магистральных газопроводов для установления приоритетов эффективного использования энергетических ресурсов // Известия высших учебных заведений. Нефть и газ. 2017. № 3. С. 106–111.

УДК 339.1:665.7

ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

К. А. Майорова
Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

K. A. Mayorova
Kazan (Volga region) Federal University, Kazan, Russia

Аннотация. В данной работе приведены основные популярные у корпоративных заказчиков электронные торговые площадки Российской Федерации. Сделан вывод об электронных торговых площадках, которые могут быть однозначно использованы для реализации продукции нефтехимической промышленности.

Ключевые слова: электронная коммерция, интернет-торговля, электронные торговые площадки, электронные торги, биржевая торговля, нефтехимическая промышленность.

I. ВВЕДЕНИЕ

Ранее в своей работе [1] автор приводил данные анализа реализации полимерного сырья на электронной торговой площадке ONLINECONTRACT за 2021 год и предлагал пути повышения прибыли электронной торговли ПАО «СИБУР Холдинг» на 2022 год. Также в статье были указаны виды полимерного сырья, имеющие потенциально высокий спрос на рынке и которые могут быть дополнительно выставлены на электронные торговые площадки.

Целью текущей статьи является анализ перспективных электронных торговых площадок Российской Федерации, которые потенциально могут быть использованы для реализации продукции нефтехимической промышленности.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В данном исследовании автором поставлена задача поиска и анализа имеющиеся электронных торговых площадок Российской Федерации для реализации продукции нефтехимической промышленности. Также, автором сделана попытка с точки зрения потенциального потребителя выбора тех площадок, которые отличаются простотой использования и навигации.

III. ТЕОРИЯ

Нефтехимическая промышленность - отрасль тяжёлой индустрии, охватывающая производство синтетических материалов и изделий главным образом на основе продуктов переработки нефти и природных горючих газов. На предприятиях нефтехимической промышленности производятся синтетический каучук, продукты основного органического синтеза (этилен, пропилен, полиэтилен, поверхностно-активные вещества, моющие средства, некоторые виды минеральных удобрений), сажа, резиновые изделия (автопокрышки, резинотехнические изделия и предметы широкого потребления), асбестотехнические изделия

На нефтехимию приходится 90 % общего спроса на сырье для химического производства, поэтому термины «нефтехимическая промышленность» и «химическая промышленность» часто объединяются или используются взаимозаменяемо. Наибольший объем конечной продукции составляют полимеры. Они охватывают широкий спектр продуктов: от пластмасс до волокон и синтетических каучуков. Полимеры и другие химические вещества находят применение во всех сферах экономической деятельности: от строительства и сельского хозяйства до производства и розничной торговли [2].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Электронные торговые площадки (ЭТП) для проведения закупок малого объема.

На основании анализа открытых источников можно выделить лучшие электронные торговые площадки по уровню удовлетворенности корпоративных заказчиков качеством их услуг в сегменте проведения закупок малого объема.

1. ЭТП ГПБ - дочернее предприятие Газпромбанка (Банк ГПБ (АО)), проводит торги для государственных корпораций, компаний с госучастием и государственных и коммерческих заказчиков, по данным Минэкономразвития РФ, с 2014 года возглавляет ТОП-3 электронных площадок, где ведутся закупки по 223-ФЗ [3].

Общество с ограниченной ответственностью «Электронная торговая площадка ГПБ» – дочернее общество Банка ГПБ (АО) – оказывающее услуги в области организации и проведения закупок в электронной форме.

ООО ЭТП ГПБ – это высокотехнологичная межотраслевая электронная торговая площадка, интегрированная с банковскими сервисами Банка ГПБ (АО), которая совместима с основными ERP и SRM системами, позволяет индивидуально моделировать бизнес-процессы и имеет наивысший рейтинг безопасности и отказоустойчивости.

Технологическая платформа ЭТП ГПБ позволяет заказчикам проводить закупки любым способом, в том числе с возможностью комбинирования различных способов закупок в рамках одной закупки, проведения закупок без ограничения количества лотов [4].

2. АО «ТЭК-Торг» - федеральная электронная торговая площадка для проведения государственных закупок по 44-ФЗ, закупок по 223-ФЗ, коммерческих закупок, имущественных торгов, малых закупок.

Единственным акционером АО «ТЭК-Торг» является АО «Санкт-Петербургская Международная Товарно-сырьевая Биржа», созданное в мае 2008 года по решению Президента Российской Федерации В. В. Путина и Правительства Российской Федерации.

В настоящее время на ЭТП функционируют 10 секций, в том числе крупнейших компаний России – ПАО «НК «Роснефть», ОАО «РЖД», ООО «Газпром Бурение» и другие.

За 2021 год объем НМЦ закупочных процедур, размещенных на федеральной электронной торговой площадке «ТЭК-Торг», составил 3,5 млрд рублей, всего было опубликовано 387 556 процедур, на 39% больше, чем годом ранее.

По данным на декабрь 2021 года на ЭТП работают более 4 800 организаторов, среди которых ведущие российские компании финансового сектора, топливно-энергетического комплекса, металлургии, транспорта, телекоммуникаций и других отраслей. Количество зарегистрированных поставщиков 627 000 [5].

3. АО «Единая электронная торговая площадка» (ЭТП «РОСЭЛТОРГ») - крупнейший федеральный оператор электронных торгов для государственных заказчиков (44-ФЗ), госкомпаний (223-ФЗ) и коммерческих предприятий.

Клиентами «РОСЭЛТОРГ» являются 280 000 заказчиков и 680 000 поставщиков, а суммарный объем проведенных торгов превышает 33,1 трлн рублей.

Акционеры «Единой электронной торговой площадки»:

• Правительство города Москвы - высший орган исполнительной власти в г. Москве, возглавляемый мэром Москвы (51,82%),

• Банк ВТБ -второй по величине активов банк России и первый по размеру уставного капитала (48,18%) [6].

4. ООО «Бидзаар» (Bidzaar.com) - коммерческая электронная торговая площадка, B2B SaaS для автоматизации закупок частных компаний.

Ежемесячно на Bidzaar проходит от 1100-1500 торгов среди крупнейших коммерческих заказчиков России [7].

5. АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center) - крупнейшая в России площадка для корпоративных закупок и продаж, созданная в 2002 году. Первый в стране облачный сервис для эффективного управления торгово-закупочной деятельностью [8].

Клиентами площадки торгов B2B-Center являются такие промышленные компании как «СИБУР Холдинг», «Металлоинвест», «Магнитогорский металлургический комбинат, Polymetal, «Кордиант», «Омск Карбон Групп», «Омский каучук», группа «СТАН», ГК «ИНВЭНТ», холдинг «Русклимат», «ТЯЖМАШ», НПФ «Пакер», «Минудобрения».

6. Электронная торговая площадка «Фабрикант» - ведёт свою историю с 2005 г. и является одним из основателей рынка электронных торгов Российской Федерации. «Фабрикант» сегодня - это платформа для проведения в электронном виде всех видов торгов [9].

7. Электронная торговая площадка ONLINECONTRACT - универсальный интернет-портал, позволяющий проводить тендеры на продажу и покупку товаров, работ и услуг в режиме онлайн.

Данная ЭТП предоставляет возможности:

• проводить закупку товаров и услуг коммерческим компаниям, в том числе работающим по 223-ФЗ, с интеграцией на портал zakupki.gov.ru;

• покупать нефтепродукты и продукты нефтехимии у ведущих российских предприятий-производителей напрямую;

• продавать непрофильные активы предприятия [10].

8. Электронная торговая площадка ЭТП РФ (ETPRF) - торговая площадка государственных корпораций «Ростех» и «Транснефть», предназначенная для проведения торгово-закупочных процедур. Площадка специализируется на корпоративных закупках в соответствии с Федеральным законом №223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц». Для использования площадки как заказчиком, так и поставщиком требуется пройти аккредитацию на ЭТП РФ и необходимо наличие электронной подписи [11].

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

При выборе электронной торговой площадки потенциальный клиент будет, как правило, обращать внимание на следующие ее показатели:

1. гибкость и широта торгово-закупочного функционала.
2. удобство и полнота возможностей контрольных и аналитических инструментов.
3. широта и качество дополнительных сервисов, предоставляемых ЭТП.
4. техническая стабильность и скорость работы ЭТП.
5. удобство навигации по сайту ЭТП.
6. качество клиентской и технической поддержки.
7. уровень информационной безопасности.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На взгляд автора, одним из главных показателей при выборе электронной торговой площадки у потенциального клиента будет удобство навигации по сайту ЭТП и простота использования. Такими ЭТП на данный момент я считаю АО «Центр развития экономики» (Центр электронных торгов B2B-Center) и электронную торговую площадку ONLINECONTRACT.

Эти два электронных ресурса могут быть использованы для реализации продукции нефтехимической продукции “не отпугивая” потенциальных потребителей своей сложностью и привлекая своей простотой использования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Майорова К. А. Пути повышения прибыли электронной торговли полимерами ПАО "СИБУР Холдинг" // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 3–2 (85). С. 6–8. DOI 10.24412/2411-0450-2022-3-2-6-8.
2. Хайрутдинов И. Р. Нефтехимическая промышленность: оценка тенденций объема производства в период пандемии COVID-19 // Вестник Российского университета кооперации. 2021. № 4 (46). С. 100–104.
3. ЭТП ГПБ: электрон. торговая площадка ГПБ: сайт. URL: https://etpgpb.ru/about-us/ (дата обращения: 23.10.2022).
4. Электронная торговая площадка ГПБ // Газпромбанк: сайт. URL: https://www.gazprombank.ru/corporate/etp_gpb/ (дата обращения: 23.10.2022).
5. ТЭК-Торг: федер. электрон. площадка: сайт. URL: https://www.tektorg.ru/about (дата обращения: 23.10.2022).
6. РОСЭЛТОРГ: торговой площадки: сайт. URL: https://www.roseltorg.ru/about (дата обращения: 23.10.2022).
7. Бидзаар: коммер. электрон. торговая площадка: сайт. URL: https://bidzaar.com/start/about/ (дата обращения: 23.10.2022).
8. B2B-Center: электрон. торговая площадка: сайт. URL: https://www.b2b-center.ru/app/company/#about (дата обращения: 23.10.2022).
9. Фабрикант: электрон. торговая площадка: сайт. URL: https://www.fabrikant.ru/about/company/info (дата обращения: 23.10.2022).
10. ONLINECONTRACT: электрон. торговая площадка: сайт. URL: https://onlinecontract.ru/ (дата обращения: 23.10.2022).
11. ETPRF: электрон. торговая площадка: сайт. URL: http://etprf.ru/ (дата обращения: 23.10.2022).

УДК 338.24

ЦИФРОВЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ В РОССИЙСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ И ЗА РУБЕЖОМ

Е. П. Мартынова
Омский государственный технический университет, Омск, Россия

E. P. Martynova
Omsk state technical University, Omsk, Russia, Omsk, Russia

Аннотация: В данной статье рассмотрены различия в понятии бизнес-экосистем в российском пространстве и за рубежом, рассмотрены принципы и подходы к созданию экосистем. Описаны, принципы работы экосистем, функции и назначение. Рассмотрены примеры российских и зарубежных бизнес-экосистем, выявлены схожие черты и отличия, проведён анализ стратегии развития самых известных российских экосистем и сравнение их с иностранными. Автор приходит к выводу о том, что в России и в Америке прослеживаются различия в развитии экосистем. В то время, как в России владельцы компаний стараются расширить бизнес в разных нишах, зачастую неожиданных, в Американских компаниях создатели стараются придерживаться выбранной для себя ниши.

Ключевые слова: экосистема, модель бизнеса, цифровые сервисы, цифровая экономика.

I. ВВЕДЕНИЕ

В наше время цифровые технологии приобретают всё большую популярность. Цифровизация происходит во всех сферах жизни, и особенно в бизнесе. Люди научились объединять многие сервисы в одно целое с помощью экосистем. Экосистема – это платформа, которая может предоставлять различные услуги клиенту, независимо от изначальной ориентации бизнеса. Такие технологии помогают развивать экономику любой страны и поднять её положение на международном уровне, а для самой компании увеличить рынок сбыта, улучшить работу с информацией и тщательнее изучить потребителя. Чаще всего можно встретить технологию экосистем в банковском бизнесе, у операторов мобильной связи и в ретейле. Одними из самых известных бизнес-экосистем в России являются «Яндекс» и «Сбер».Из Американских, следует назватьGoogle, Netflix, Apple и Amazon.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель: рассмотреть наиболее актуальные сервисы экосистем в Российском пространстве и сравнить их с зарубежными экосистемами рассмотреть, выявить принципы и подходы к созданию экосистем.

Задачи:

1. Изучить определение экосистемы, принципы её работы, функции и назначение.
2. Исследовать примеры бизнес-экосистем Российских и зарубежных экосистем. Выявить схожие черты и отличия.
3. Проанализировать стратегию развития самых известных российских экосистем и проследить за отличиями с иностранной.

III. ТЕОРИЯ

Для начала стоит разобраться, что такое цифровая экосистема, какие её виды существуют на рынке услуг и функции таких форм бизнеса.

Цифровая экосистема – это взаимозависимая группа предприятий, людей и объектов, которые совместно используют цифровые платформы для взаимовыгодных целей, таких как коммерческая выгода, инновации или общие интересы. Цели всех участников балансируются между собой для достижения стабильности всей архитектуры и получения определенного синергетического эффекта от взаимодействий всех заинтересованных сторон. [3, с.658]

Цифровая экосистема позволяет организации сосредоточить свою энергию на повышении ценности бизнеса, устраняя любые разочарования, связанные с устаревшими услугами. Кроме того, цифровые экосистемы повышают ценность отношений с клиентами, помогая компаниям последовательно выполнять соглашения об уровне обслуживания, обеспечивать оперативные исправления ошибок и быстро оправдывать ожидания. Они также трансформируют цепочки поставок, которые первоначально функционировали на отдельных рынках,

а теперь объединяются в цифровые экосистемы для поддержки разработки новых продуктов и услуг, создавая экосистемы поставщиков. Хотя традиционная цепочка поставок по-прежнему является основой большинства компаний, новая модель – цифровые экосистемы – трансформирует мир бизнеса, создавая линейные пути между поставщиками и клиентами, создавая тем самым новые возможности для бизнеса. [1, с.1483]

Существует три основных типа цифровых экосистем:

- экосистема дигитайзера;
- экосистема платформы;
- экосистема суперплатформенности.

Экосистемы дигитайзеров фокусируются на оцифровке существующего продукта с помощью деловых партнеров, сохраняя при этом низкую сложность управления. Экосистемы дигитайзеров могут добавлять новые функциональные возможности в системы и создавать доход от цифровых услуг. [1, с.1482]

Создание бизнес-экосистем выгодно как для самих организаций, так и для потребителя. По прогнозам McKinsey, к 2025 году около 30 % корпоративного дохода (более 60 трлн долл.) будут приходиться на цифровые экосистемы. Компания, находящаяся внутри экосистемы, получает большее количество клиентов ипродает больше товаров иуслуг. Участники экосистемы пользуются единой инфраструктурой и клиентской базой. Главная цель экосистемы – получение наибольших преимуществ за счет интеграции несхожих процессов и, как следствие, сокращения клиентского пути [5, с.22].

В России есть несколько бизнес-экосистем: «Яндекс», «Сбер», «VK Group», «Тинькофф» и «МТС». Среди иностранных компаний можно привести в пример «Google», «Facebook», «Apple», «Amazon», «Microsoft» и др.

Таблица 1

феры конкурирования экосистем в России [2]

Экосистема	Цифровой контент	Финансы	Телекоммуникация	E-commerce
«Сбер»	онлайн-кинотеатр Okko, Rambler Media, музыкальный сервис «СберЗвук»	Сбербанк, сервис «ЮMoney» (бывший Яндекс.Деньги)	виртуальный оператор мобильной связи «СберМобайл»	«СберМаркет», «ДомКлик», «Рамблер Касса»
МТС	онлайн-кинотеатр Kion, сервисы МТС Music, «МТС Библиотека», WASD.tv	МТС Банк, сервисы МТС Cashback, «МТС Касса», NUUM	оператор сотовой и фиксированной связи, платного ТВ	МТС Live
«Яндекс»	поиск «Яндекса», «Кинопоиск»	готовится запустить ряд финансовых сервисов на базе купленного в 2021 году банка «Акрополь»	почта «Яндекса»	«Яндекс.Маркет»
VK	портал Mail.ru, соцсети «Вконтаке», «Одноклассники», «МойМир@Mail.ru» и MyGames	сервис VK Pay	почтаMail.ru, мессенджеры ICQ, «Агент Mail.ru» и «ТамТам»	маркетплейс AliExpress Russia через СП с Alibaba, РФПИ и USM; сервисы VK Market и «Юла»

Каждая экосистема имеет свое материнское ядро, вокруг которого выстраиваются остальные сервисы. Для «Яндекса» скелетом является поисковая сеть, для «VK»– мессенджер «ВКонтакте», для «МТС»– телекоммуникационный бизнес. Компании конкурируют друг с другом на самых востребованных ирастущих рынках. [5, с.22].

Необходимо помнить, что экосистемы не стоит рассматривать лишь как онлайн-платформы, потому что существуют также и оффлайн экосистемы. Несмотря на возможность существования экосистем вне Интернета, особое значение и эффективность она имеет всё-таки в цифровой среде. [4, с. 113].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Наиболее популярными экосистемами в российском пространстве являются «Яндекс» и «Сбер».

Начнем с разбора экосистемы «Яндекса».

В экосистему входят: почта, карты и транспорт, диск, музыка, маркет, переводчик, браузер, система контекстной рекламы, виртуальный голосовой помощник Алиса, навигатор, Кинопоиск, такси, Яндекс.Практикум, радио, Яндекс.Недвижимость, схема метро, Punto Switcher, Яндекс.Облако, платёжный провайдер, видео, Яндекс.Коннект, поисковая система, каршеринг и многое другое.

Совсем недавно IT-компания заключила сделку с VK и продала некоторые свои сервисы, а в обмен получила сервис доставки еды «Delivery Club”

Теперь рассмотрим экосистему «Сбера».

В экосистему сбера входит более 50 компаний: Okko, звук, Маркет, «Самокат», бонусы «Спасибо», аптека, сервис логистики, диск, оператор мобильной связи и другие.

Среди иностранных экосистем наблюдается интересное отличие от экосистем российского пространства: большинство крупных компаний ориентированы на только одну сферу, наиболее часто называются экосистемами в зарубежных источниках следующие Американские компанииGoogle, Netflix, Apple, Amazon и Disney+.

Так, экосистема Google направлена на поиск и обработку информации и включает в себя: языковые инструменты, калькулятор, поисковую систему, браузер, картинки, видео, различные сервисы по поиску, покупку авиабилетов, коллекцию архивных материалов и другое.

Рассмотрим также экосистему «Netflix» – развлекательную компанию, стриминговый сервис фильмов и сериалов. Компания занимается кинопроизводством, телепроизводством, потоковыми видео и онлайн-прокатами. В компанию входят: киностудии, мультипликационные студии, планируется разработка игр для мобильных устройств, консолей и ПК, организация по производству комиксов, театр.

Для сравнения модели экосистем российского пространства и иностранного рассмотрим «Сбер» и «Google». В экосистему «Сбер» входит доставка еды, онлайн маркет, стриминговый сервис, сервис логистики и сервис недвижимости и многих других сфер, в то время как «Google» имеет только различные поисковые системы и платежные сервисы. Такую же особенность можно выделить и в других перечисленных ранее экосистемах.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Экосистема – успешная бизнес-модель, которая стала популярна на образовавшемся интернет-рынке.Тенденции развития экосистем в разных странах разные. Таким образом, можно проследить, что экосистемы направлены на определенный рынок, что позволяет увеличить эффективность бизнеса и угодить большему количеству клиентов. Я выявила, что в России и в Америке разные особенности процесса развития экосистемы. В то время, как в нашей стране владельцы компаний стараются расширить бизнес в разных нишах, зачастую неожиданных, в Американских компаниях создатели стараются придерживаться выбранной для себя ниши и продвигать компанию в определённой сфере.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ.

Научный руководитель: ст. преподаватель кафедры «Менеджмент и сервис» ОмГТУ Белолобова Анна Александровна.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алейникова Ю. В., Матвеев В. В. Цифровая экосистема. Анализ применения искусственного интеллекта // Здоровье – основа человеческого потенциала: проблемы и пути их решения. 2020. Т. 15, № 3. С. 1480–1487.

2. Доклад Московской школы управления «Сколково», созданный в рамках совместной программы MOOVE, 2022. URL: https://www.skolkovo.ru/programmes/07112020-moove-by-skolkovo-mts/ (дата обращения: 29.11.2022).

3. Иванов А. Л., Шустова И. С. Исследование цифровых экосистем как фундаментального элемента цифровой экономики // Креативная экономика. 2020. Т. 14, № 5. С. 655–670.

4. Разумовская Н. А. Построение экосистемы как способ развития современного бизнеса. Преимущества и недостатки // Молодой ученый. 2021. № 51 (393). С. 112–116.

5. Шилов С. А., Ганина С. А Современные российские бизнес-экосистемы как результат развития цифровой экономики // Вестник российского нового университета. Сер. Человек и общество. 2022. № 3. С. 19–27.

УДК 004.738.5:339.138

SMM КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ КИНОЛОГИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ

Е. С. Медведевских
Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия

E. S. Medvedevskih
Ural Federal University named after the first President of RussiaB. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia

Аннотация. Деятельность организаций, оказывающих кинологические услуги, является перспективной и востребованной, а их продвижение через социальные сети в современных условиях становится необходимостью. Статья посвящена основным положениям продвижения через социальные сети такого рода организаций. Автором проводится анализ контента трех компаний, оказывающих кинологические услуги в г. Екатеринбург: центра дрессировки «Собачья Академия», кинологического центра «DogPride», дрессировочного центра «Созвездие». Предлагаются рекомендации для SMM-продвижения центров дрессировки собак.

Ключевые слова: SMM (Social Media Marketing), социальные сети, продвижение, контент, аккаунт, кинологические центры.

I. ВВЕДЕНИЕ

В современном мире большой потенциал и стремительную популярность в процессе продвижения товаров и услуг, брендов и организаций приобретают инструменты интернет-маркетинга, в число которых входит и маркетинг в социальных сетях. SMM в настоящее время активно используется в комплексе маркетинговых мероприятий, направленных на повышение узнаваемости бренда и его продуктов, увеличения целевой аудитории, стимулирования продаж. Конкуренция на рынке обязывает компанию присутствовать в Интернет-среде, а существование и активное ведение аккаунтов организации в социальных сетях позволяет стать ближе к потребителям и результативнее продвигать товары и услуги компании.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Деятельность центров дрессировки собак, оказывающих услуги с целью обучения граждан и организаций в осуществлении кинологической деятельности и собаководства, в РФ активно развивается, является востребованной, ведь каждый владелец собаки хочет взаимодействовать с воспитанным и социализированным питомцем. В 2021 году на Саммите зообизнеса в Сочи компания Mars Petcare представила результаты исследования популяции домашних питомцев. «Более половины россиян – 70 млн человек – являются владельцами домашних питомцев. Согласно данным исследования, в 59% российских семей есть кошка или собака, а в 20% – и кошка, и собака. Собак содержит 31% домохозяйств» [4]. За три года численность домашних собак выросла на 21% и достигла почти 23 млн особей. «Города показали прирост в 25%, сельская местность – 22%. Наибольший рост популяции отмечен в Дальневосточном, Уральском, Приволжском и Южном федеральных округах. Один из самых важных выводов исследования – гуманизация отношения к домашним питомцам» [4]. Исходя из результатов исследования Mars Petcare можно заключить, что рынок зоотоваров и услуг для домашних животных устойчив и будет активно развиваться. Данный вывод применим и к сфере кинологических услуг. Для успешной деятельности центра дрессировки важно обеспечивать узнаваемость среди целевой аудитории, привлекать потенциальных клиентов и поддерживать контакт с уже существующими. Эти и другие цели кинологические центры достигают посредством продвижения в социальных сетях.

По данным Hootsuite в 2021 году в мире 4,2 миллиарда активных пользователей социальных сетей. Это почти 54% всего населения. В России таких 99 миллионов, то есть 68% населения. Ежедневно в соцсетях люди проводят в среднем 2 часа 28 минут. SMM становится необходимым и эффективным инструментом маркетинга.

III. ТЕОРИЯ

«SMM (Social Media Marketing) – это использование социальных платформ в качестве каналов для продвижения бренда, увеличения целевой аудитории, привлечения трафика на сайт и повышения продаж» [5]. Каждая соцсеть обладает набором инструментов, используя которые, организация будет осуществлять эффективную деятельность в рамках SMM.

Нами проанализированы аккаунты в социальных сетях ВКонтакте и Instagram трех компаний, оказывающих кинологические услуги в г. Екатеринбург. Это центр дрессировки «Собачья Академия», кинологический центр «DogPride», дрессировочный центр «Созвездие». Для наглядности была составлена таблица с основными характеристиками, по которым проводилась оценка по 10-балльной шкале.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Таблица 1

Сравнительная оценка аккаунтов организаций

	ЦД «Собачья Академия»	КЦ «DogPride»	ДЦ «Созвездие»
ВКонтакте			
Обложка	0	9	8
Описание	9	9	8
Контактные данные	10	10	9
Информация об услугах	6	10	9
Различные разделы	8	9	9
Instagram			
Шапка профиля	5	8	7
Highlights	5	9	0
Посты	7	8	4

В следующей таблице представлены некоторые данные аналитики онлайн-сервиса Popsters и LiveDune.

Таблица 1

Статистические данные

	ЦД «Собачья Академия»	КЦ «DogPride»	ДЦ «Созвездие»
ВКонтакте			
Количество подписчиков	2436	2815	1202
Просмотры в среднем	1083	1048	176
Лайки в среднем	31	12	9
Комментарии в среднем	1	1	1
Репосты в среднем	3	2	0
Instagram			
Количество подписчиков	1173	1641	235
Лайки в среднем	45	44	20

Контент центра дрессировки «Собачья Академия» и кинологического центра «DogPride» в основном информационный, иногда появляются публикации развлекательного и вовлекающего характера. В группе дрессировочного центра «Созвездие» посты – это в основном репосты фотографий дрессировочного процесса с личной страницы учредителя организации. Есть репосты статей и видео с полезной информацией. Конкурсов в соцсетях не проводится, но существуют опросы подписчиков.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Проведенное исследование позволяет заключить, что продвижение выбранных кинологических центров через социальные сети развито слабо: представленный в аккаунтах контент не привлекает внимание подписчиков, не осуществляется активная работа с целевой аудиторией. Организации не уделяют должного внимания данному инструменту маркетинговой деятельности, что может сказываться на эффективности их работы.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Некоторые рекомендации для SMM-продвижения центра дрессировки собак:

• Регулярный постинг контента: планирование и публикация. Контент должен быть разный: информационный (новости кинологического центра, проводимые мероприятия), развлекательный (забавные истории, веселые моменты дрессировки), полезный (статьи, чек-листы о воспитании, питании, здоровье собак), репутационный (отзывы клиентов, информация о сотрудниках), вовлекающий (интерактивы, опросы, конкурсы, обсужде-

ния) и продающий (информация о преимуществах кинологического центра, об уникальных предложениях и новых видах дрессировки). Необходимо создание рубрикатора и контент-плана.

• Взаимодействие с подписчиками: ответы на комментарии, будь то вопрос или благодарность, проведение опросов, интерактивов, конкурсов.

• Аналитика: определение наиболее востребованной социальной сети, лучшего времени для публикаций, потребностей подписчиков, интересных тем для постов, а также проведение анализа SMM-продвижения конкурентов.

• Настройка таргетированной рекламы.

• Редактирование существующих аккаунтов: лаконичное описание, обложка группы, ссылки на официальный сайт и другие социальные сети, разработка единого стиля для публикаций, обложек для фотоальбомов и т.д.

Разработка рекомендаций для SMM-продвижения центра дрессировки собак будет продолжена.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арокина В. И. Социальные сети – инструмент маркетинга // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 2–1 (72). С. 18–20.

2. Карпова М. К., Дятлова К. И. Продвижение малого бизнеса в сети Интернет // Наука. Общество. Государство. 2019. Т. 7, № 1 (25). С. 173–179.

3. Ольшевский Д. SMM-продвижение как эффективный инструмент интернет-маркетинга // Наука и инновации. 2017. № 9 (175). С. 59–63.

4. Пак Л. А. Возникновение и развитие SMM // Четверть века новой России: государственность, гражданское общество и бизнес (к 25-летию Конституции Российской Федерации): Всерос. науч.-практ. конф., 13 дек. 2018 г. / Поволж. ин-т управления им. П. А. Столыпина, фил. РАНХиГС. Саратов, 2019. С. 119–122.

5. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 240 с.

6. Digital 2021: главная статистика по России и всему миру // Exlibris. URL: https://exlibris.ru/news/digital-2021-glavnaya-statistika-po-rossii-i-vsemu-miru/ (дата обращения: 29.11.2022).

7. SMM продвижение. Что такое маркетинг в социальных сетях? // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». URL: https://marketing.hse.ru/news/416404387.html (дата обращения: 29.11.2022).

8. SMM: Базовые понятия // OPEN SMM PROJECT. URL: https://opensmm.asia/lesson/lesson2-whysmm/ (дата обращения: 29.11.2022).

9. Инструменты SMM: ТОП-15 // Statusbrew. URL: https://statusbrew.com/insights/instrumenty-smm/ (дата обращения: 29.11.2022).

10. Рост популяции питомцев в России // Зооинформ. URL: https://zooinform.ru/business/articles/rost-populyacii-pitomcev-v-rossii/ (дата обращения: 29.11.2022).

УДК 004.738.5:339.138

ИССЛЕДОВАНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ЦЕНТРА ДРЕССИРОВКИ «СОБАЧЬЯ АКАДЕМИЯ»)

Е. С. Медведевских

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия

E. S. Medvedevskih

Ural Federal University named after the first President of RussiaB. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia

Аннотация. Разработка комплекса маркетинга – одно из основных направлений деятельности любой организации. Своевременное и быстрое реагирование на изменения рыночной ситуации, в значительной степени зависит от эффективной работы комплекса маркетинга организации. Статья посвящена исследованию комплекса маркетинга центра дрессировки «Собачья Академия» и разработке рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности центра дрессировки «Собачья Академия».

Ключевые слова: комплекс маркетинга, центр дрессировки.

I. ВВЕДЕНИЕ

Разработку комплекса маркетинга можно назвать одним из основных направлений деятельности любой организации, ведь функция маркетинг-микса состоит в том, чтобы сформировать набор поддающихся контролю переменных, которые не только бы удовлетворяли потребности потенциальных клиентов в рамках целевых рынков, но и максимизировали эффективность организации. Идея «маркетингового комплекса» впервые возникла в Гарвардской школе бизнеса как некий набор действий, с помощью которых возможно произвести максимально приятное впечатление на покупателей, в разные периоды было выделено различное количество переменных комплекса, сочетание которых способствовало бы ведению эффективной деятельности организаций.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью работы является исследование комплекса маркетинга центра дрессировки «Собачья Академия» и разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности центра дрессировки «Собачья Академия».

В соответствии с поставленной целью были определены следующие задачи:

1. Изучить теоретические основы формирования комплекса маркетинга;
2. Рассмотреть особенности разработки комплекса маркетинга организации сферы услуг;
3. Дать общую организационную характеристику деятельности центра дрессировки;
4. Провести анализ комплекса маркетинга центра дрессировки «Собачья Академия»;
5. Разработать рекомендации по совершенствованию деятельности организации на основе проведенного анализа комплекса маркетинга;
6. Обобщить изученный материал, полученные результаты аналитической части, разработанный рекомендации и сделать соответствующие выводы.

III. ТЕОРИЯ

Комплекс маркетинга – набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка.

Понятие «маркетинг-микс» впервые употребил Нейл Борден в конце 1940-х годов, введя его в преподавание. Профессор Гарвардской школы бизнеса использовал данное понятие, опираясь на работы Джеймса Каллитона, который называет работу менеджера по маркетингу «смешиванием ингредиентов». В 1964 году Нейл Борден опубликовал статью «Концепция маркетинг-микса», в которой выделил 12 элементов.



Рис. 1. Элементы комплекса маркетинга по Бордену

Наиболее традиционная и известная модель 4P была предложена в 1960 году Джеромом Маккарти. Модель 4P маркетинг-микса является классической, но она не единственная. На ее основе впоследствии стали появляться другие модели комплекса маркетинга, дополненные компонентами, которым компании должны уделять внимание, чтобы быть успешными на конкурентном рынке.



Рис. 2. Комплекс маркетинга (4P)

В 1981 году М. Битнер и Б. Бумс предложили дополнить традиционную модель 4P тремя новыми элементами – 7P. Помимо указанных выше подходов к выделению элементов комплекса маркетинга существует модель 8P, которую предложил Кристофер Лавлок . Ученый описывает восемь компонентов интегрированного подхода к менеджменту услуг: 1) продукт; 2) место, киберпространство и время; 3) процесс; 4) производительность и качество; 5) персонал; 6) реклама и обучение; 7) материальные свидетельства; 8) цена и другие затраты клиентов сервисной компании. К. Лавлок отмечает, что «наглядно модель 8Ps проще всего представить в виде гоночной восьмерки. Это легкая лодка с восемью гребцами.»

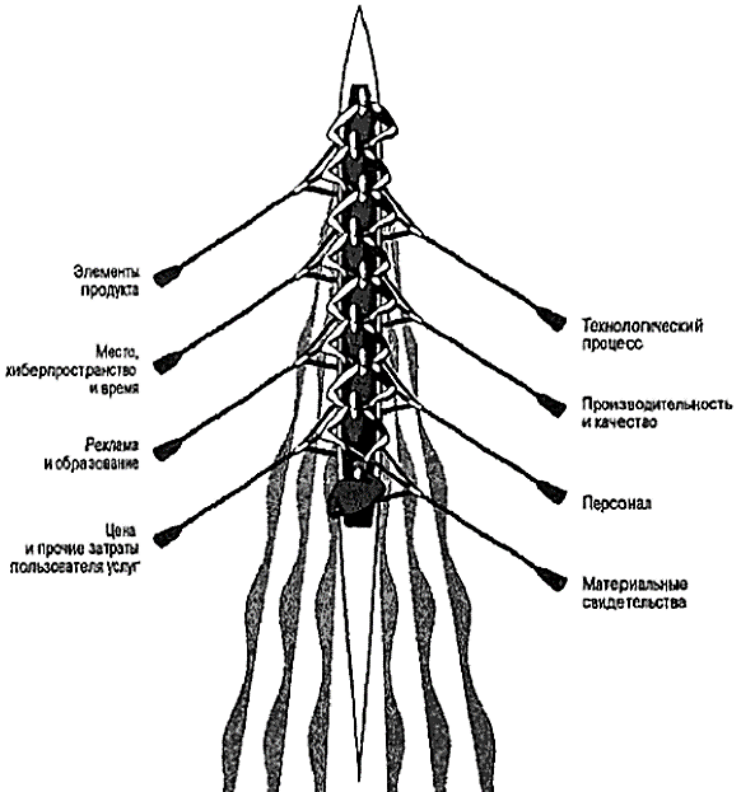


Рис. 3. Восемь компонентов интегрированного менеджмента услуг

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Центр дрессировки «Собачья Академия» начал свою работу 19 августа 2005 года в городе Екатеринбург. В «Собачьей Академии» проводятся полноценные тренировки для собак различных пород и возрастов. Методика дрессировки постоянно совершенствуется, следуя мировым стандартам. Целью «Собачьей Академии» является «пропаганда культуры любительского собаководства и популяризация кинологического спорта».

Для проведения анализа комплекса маркетинга центра дрессировки было принято решение в первую очередь провести сегментирование рынка, которое позволит определить основные сегменты потребителей организации. Проведенное макросегментирование позволило выяснить, что сегменты, выделенные по типу породы собаки, виду дрессировки и месту проведения занятий, являются чрезмерно обширными, поэтому для последующей работы были выделены сегменты потребителей по тому, какую цель владельцы собак преследуют, пользуясь услугами кинологического центра.

Сегменты выделены по целям владельца собаки при прохождении курса дрессировки. Далее было проведено описание каждого из трех выделенных сегментов по мультиатрибутивной модели Ж. Ж. Ламбена.

Таблица 1

Основные сегменты потребителей

	Сегмент	Профиль потребителя	Основные ценности потребителя (ОЦП)	Дескриптор
1	Для комфортного взаимодействия	Человек является владельцем собаки любой породы и возраста, в основном, собака появляется впервые. Необходимо установить связь, изучить базовые команды, социализировать собаку. Желание потребителя, чтобы собака вела себя как компаньон, друг, член семьи.	Индивидуальный подход; Подходящий курс дрессировки; Удобное месторасположение кинологического центра; Все начинается с основ, подробно и понятно объясняется; Возможность повторять программу кинолога в домашних условиях; Как результат – воспитанная и послушная собака, ориентированная на хозяина.	«Послушание»
2	Для кинологических соревнований	Человек уже имеет некоторые знания сфере кинологии, собаку заводит осознанно, с целью развития ее потенциала посредством участия в соревнованиях, сдачи нормативов. Скорее всего имеет породистую собаку с родословной. Определены требования к курсу дрессировки. Начинает заниматься с собакой со щенячьего возраста. Есть достаточное количество времени, уделяемого собаке.	Специализированные программы дрессировки; Кинолог-дрессировщик должен быть опытным в вопросах сдачи нормативов; В кинологическом центре есть необходимый инвентарь и оборудование; Есть возможность изучения со специалистом нормативной документации по кинологическому спорту; В кинологическом центре проводятся соревнования на локальном уровне – это важно для тренировки и отработки навыков.	«Спортсмены»
3	Для выступления на выставках	Человек – владелец породистой собаки с родословной из питомника. Вероятность выше среднего, что собака декоративной породы. Участвовать в выставках скорее всего будет не сам владелец, а нанятый хендлер.	Социализация собаки; Приучение к ощупыванию; Экспертная оценка физической формы собаки; Выставочный груминг; Наличие тренировочной площадки, приближенной к рингу на выставке; Наличие хендлера.	«Выставочники»

Анализ комплекса маркетинга организации по модели 8Р:

1. Product

Центр дрессировки «Собачья Академия» предлагает 7 программ тренировок:

- Обучение щенков
- Дрессировка IPO
- BH/VT (Собака-Компаньон)
- Аджилити
- ОКД (общий курс дрессировки)
- ЗКС (защитно-караульная служба)
- КС (караульная служба)

2. Price

Центр дрессировки проводит тренировки по абонементам. Цена довольно стандартна для данного вида услуг, средняя по рынку, не превышает расценки других организаций. При приобретении абонемента на несколько занятий выгода составляет около 20%.

3. Place

В данном пункте решающую роль играет прямой контакт клиента и инструктора-кинолога. Место обслуживания – административной здание и дрессировочные площадки, каналы сбыта физические.

4. Promotion

Существует официальный сайт центра, на котором можно ознакомиться с информацией о нем, с оказываемыми услугами, отзывами клиентов, можно посмотреть фотографии и видео с дрессировочных площадок, различных мероприятий и выставок. Ведется группа в социальной сети ВКонтакте, но там в основном публикуется информация о соревнованиях и конкурсах. Похожая информация публикуется в Facebook и Instagram.

5. People

В ЦД работают квалифицированные сотрудники – профессиональные кинологи. Они совершенствуют навыки, участвуя в семинарах и встречах с приглашенными известными спортсменами и судьями, которые делятся опытом и знаниями.

6. Process

Анализ данного элемента проведен с использованием метода диаграммного проектирования и метода точек соприкосновения.

7. Physical Evidence

Физическим, материальным свидетельством качества обслуживания фирмы являются: внешний вид дрессировочных площадок, на них расположено различное оборудование для проведения тренировок, есть снаряды для аджилити и других видов дрессировки, поддерживается порядок на территории, есть помещение для отдыха клиентов. Рядом находится сосновый бор – хорошее место для выгула. Визуальная информация содержится в сети Интернет и на баннерах. На сайте размещены благодарности и дипломы за развитие и пропаганду кинологического спорта и подготовку успешных спортсменов.

8. Productivity & Quality

Данный элемент оценивался с использованием модели ценности услуг К. Лавлока.

- Ценность услуги – 4/5.
- Ценность персонала – 5/5.
- Ценность сервиса – 5/5.
- Ценность имиджа компании – 3/5.
- Денежные издержки – 3/5;
- Затраты времени – 4/5;
- Затраты энергии – 3/5;
- Эмоциональные затраты – 2/5;

Ценность, воспринимаемая клиентом, получается равной 5.

Можно говорить о том, что ресурсы центра дрессировки эффективно преобразуются в результаты, имеющие ценность для потребителей, которая высока по показателям. Показатель качества следует анализировать, используя опросы клиентов центра дрессировки, которые могут наглядно показать, насколько услуга отвечает ожиданиям потребителя и соответствует его потребностям.

Используя описание комплекса маркетинга центра дрессировки «Собачья Академия», представленное в предыдущей главе, можно составить таблицу SWOT-анализа.

Таблица 2

SWOT-анализ центра дрессировки

S – сильные стороны	W – слабые стороны
• Разнообразие предоставляемых услуг; • Возможность предоставления услуг комплексно; • Сотрудничество со спортсменами и судьями международного уровня; • Регулярные фестивали, конкурсы, соревнования; • Экскурсии для организованных групп;	• На сайте не представлен прайс услуг; • Группы в социальных сетях не подходят для новичков; • Есть неоднозначные отзывы, но они в основном о гостинице для собак; • Давно не обновлялась реклама;

Окончание табл. 2

S – сильные стороны	W – слабые стороны
• Сотрудничество с городской администрацией, Министерством по физической культуре, спорту и туризму; • Собственные оборудованные площадки для дрессировки; • Собственный сайт, группы в социальных сетях; • Довольно удобное месторасположение.	• На сайте не хватает информации о сотрудниках; • Список предоставляемых услуг почти не изменялся.
O – возможности	**T – угрозы**
• Новые виды дрессировки, например, цирковая (трюковая); • Улучшение, развитие сайта и аккаунтов в социальных сетях; • Более активное использование видеохостинга YouTube; • Новые снаряды, оборудование; • Повышение квалификации сотрудников.	• Рост конкуренции в сфере предоставления услуг по дрессировке; • Экономический спад; • Негативные отзывы клиентов; • Неудовлетворенность клиентов качеством полученных услуг.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Комплекс мер по совершенствованию комплекса маркетинга центра дрессировки «Собачья Академия» составлен на основе представленного во второй главе описания и анализа переменных по модели 8P. Автором предлагается несколько рекомендаций.

Рекомендация 1: Совершенствование отдельных элементов комплекса маркетинга.

В ходе анализа деятельности организации было выявлено, что продвижение является самым слабым элементом комплекса маркетинга, поэтому центру дрессировки следует обратить внимание на политику продвижение кинологических услуг. В основном стоит сосредоточиться на способах online-продвижения, поскольку именно они в современных условиях эффективны.

Предлагается повысить узнаваемость центра дрессировки за счет:

• Активного взаимодействия с целевой аудиторией в Интернете: на официальном сайте и в социальных сетях;

• Размещения рекламных материалов в зоомагазинах, ветеринарных клиниках;

• Создания таргетированной и медийной рекламы, а также использование SEO-продвижения и др.

Рекомендация 2: Использование концепции 8P для проведения исследований и улучшения качества предоставления услуг.

На данный момент центр дрессировки вряд ли проводит анализ эффективности комплекса маркетинга, к тому же пока не существует четких способов и инструментов, чтобы объективно оценить результативность переменных комплекса маркетинга. Поэтому появляется необходимость разработать методику.

Рекомендация 3: Проведение опросов среди потребителей для оценки каждого элемента комплекса маркетинга.

Предложено несколько опросов, составленных автором в Google-формах, которые позволят собрать первичную информацию и узнать мнение клиентов центра дрессировки. К примеру, для проведения анализа процесса обслуживания по методу потребительского сценария была составлена анкета «Центр дрессировки: каким Вы его видите?». Также составлен опрос, который поможет определить показатели удовлетворенности клиентов.

Предлагается методика для оценки переменных комплекса маркетинга. Шаблон для проведения анализа, планирования и разработки комплекса маркетинга использован с сайта PowerBranding, но он был адаптирован автором для исследуемой организации. Перед использованием методики организации необходимо осуществить различные маркетинговые исследования, демонстрирующие положение дел в рыночной нише.

Таблица 3

Шаблон для проведения анализа

P	Цель	Факт	Индикатор	Корректирующие меры	Очередность
Product	Целевые значения элемента комплекса маркетинга описывают идеальные характеристики услуги для потребителей и условия для получения максимальной прибыли компании	Фактическое состояние элемента комплекса маркетинга оценивается маркетологом при помощи различных исследований	Отражает соответствие или несоответствие фактических значений целевым. Можно установить, к примеру, цветом («зеленый» - отлично, «желтый» - удовлетворительно, «красный» - плохо)	Действия, которые необходимо предпринять для достижения целевого состояния	Последовательность корректирующих действий, можно установить сроки выполнения
Price					
Place					
Promotion					
People					
Process					
Physical Evidence					
Productivity & Quality					

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках данной работы рассматривались основные элементы комплекса маркетинга, их применение для организации сферы услуг и, в частности особенности деятельности центра дрессировки «Собачья Академия» в городе Екатеринбург.

Была проведена сегментация потребителей, а основная часть работы состояла в описании и анализе переменных комплекса маркетинга. Из этой части можно сделать вывод, что центр дрессировки «Собачья Академия» осуществляет достаточно эффективную деятельность на рынке кинологических услуг, но существующие пробелы, содержащиеся в основном в элементе «Promotion», оказывают негативное воздействие, поэтому организации следует сосредоточится на совершенствовании коммуникационной политики. Для центра дрессировки собак необходимым является внедрение в систематическое использование оценки комплекса маркетинга по модели 8P. Даны рекомендации по совершенствованию комплекса маркетинга, а также описан инструмент для проведения его анализа, в который можно включить разработанные автором online-опросы клиентов центра дрессировки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Данилюк Н. В. Интегрированный подход к менеджменту услуг // Известия СПбГЭУ. 2008. № 2. С. 153–156.
2. Калужский М. Л. Маркетинг: учеб. Изд. 2-е. М.: Берлин: Директ-Медиа, 2021. 217 с.
3. Карасев А. П. Управление маркетингом: учеб. пособие. Ярославль: Союз-Пресс, 2021. 148 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: пер. с англ. М.: Вильямс, 2007. 656 с.
5. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия: пер. с англ. 4-е изд. М.: Вильямс, 2005. 1008 с.
6. Новаторов Э. В. Маркетинг услуг: теория и технология: моногр. СПб.: ИП Петров Д. А., 2015. 200 с.
7. Слонимская М. А., Яшева Г. А. Маркетинг услуг: учеб. пособие. Витебск: Изд-во ВГТУ, 2014. 224 с.
8. Комплекс маркетинга – про основные элементы, модели и инструменты // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». URL: https://marketing.hse.ru/news/461286606.html (дата обращения: 29.11.2022).
9. Концепция маркетинг – микс (4P, 5P, 7P) // PowerBranding. URL: http://powerbranding.ru/osnovy-marketinga/4p-5p-7p-model/ (дата обращения: 29.11.2022).

УДК 330.322.21

ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ НА РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Р. В. Морозова
Альметьевский государственный нефтяной институт, г. Альметьевск, Республика Татарстан

R. V. Morozova
Almetyevsk State Oil Institute, Almetyevsk, Republic of Tatarstan

Аннотация. Инновации и инвестиции характеризуются важнейшими превышающими трансформации любой хозяйствующей схемы. Использование инвестиционных ресурсов и инвестиций необходимо для перехода нашей экономики на инновационный путь развития. В статье рассмотрена роль инвестирования, обеспечивающего реализацию инновационных процессов предприятия. Раскрыты понятия инвестиций и инноваций на предприятии, выявлена их связь. Представлены проблемы привлечения инвестиций в деятельность организации и пути их решения.

Ключевые слова: инвестиции, инновации, предприятие, внедрение, эффективность.

I. ВВЕДЕНИЕ

Среди стратегий экономического становления и выступлений российских деятелей акцентируется значимость предоставления инвестиций в наукоёмкие процессы в экономической системе и стране в целом. На сегодняшний день формирование инновационной политики изучается как значимый принцип становления структур стойкого прогресса на уровне фирм и компаний, регионов и целых стран. Инвестиции являются неотъемлемым элементом инновационной деятельности в структуре экономики. Организация инноваций, в основном, предопределяется обстоятельствами, в которых она осуществляется.

Такими условиями может быть решимость корпораций использовать инновационные введения в своей деятельности. В российской экономике спрос на инновации зависит от задач коллективизации и инженерной модернизации существующих предприятий. Поэтому непременно участие российских компаний справедливо интеграционных процессах.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Так, проблемой, которая препятствует инновационной деятельности предприятия, является недостаток финансовых ресурсов. В связи с этим необходимо условие для улучшения его инновационной активности – это повышение возможностей привлечения капитала для финансирования инновационной деятельности компании. Решить эту проблемы – это значит, обеспечить высокий уровень финансового состояния предприятия, обеспечивающего инвестиционную привлекательность и рентабельность компании. Незнание того, как определить экономические выгоды от инноваций, и отсутствие инновационного потенциала организации являются сдерживающими факторами для инноваций в фирмах.

Компании, ориентированные на интенсивный экономический рост, обязаны внедрять инновационные стратегии для достижения своих целей. Несмотря на то, что этот подход распространен, он требует значительных инвестиций со стороны инвесторов, заинтересованных в повышении прибыльности этих компаний. На сегодняшний день инвестиции и инновации неразрывно связаны, независимо от размера компании. Но недофинансирование инноваций создает много проблем [5].

III. ТЕОРИЯ

Сущность инновационной деятельности предприятия изъясняется в деятельности, нацеленной на обретение его (предприятия) всеобщих целей. Целями инновационной деятельности предприятия рассматриваются:

1. Модернизация и введение новой продукции или услуг.
2. Индустриализация и совершенствование отпускаемой продукции.
3. Улучшение и развитие изготовления общепринятых для предприятия видов продукции и услуг.
4. Воссоздание требований для обеспечения более действенной деятельности и повышения прибыльности предприятия [3, с. 14].

Организация инноваций, в основном, обуславливается условиями, в которых она реализуется. Среди этих условий можно назвать решимость компаний применить инновационные решения в своей деятельности. В российской экономике спрос на инновации определяется задачами модернизации и технологической реконст рукции существующих предприятий. В связи с этим желательно участие российских компаний целесообразно интеграционных процессах.

Гарантировать направление общенациональных и зарубежных инвестиций на реализацию широкого круга инновационно-технологических проектов призвана подобающая государственная политика. Его актуализация должна способствовать становлению и эффективному использованию инновационного ресурса государства.

Современные производственные мощности формируют инновационные продукты и значительно повышают эффективность текущей деятельности.

Таким образом, и венчурный, и проектный бизнес без инноваций невозможен. При этом инновационная деятельность нельзя представить без поддержки инвестиций, которые обеспечивают актуализацию или становление единого проекта или предприятий вообще.

Аналогичные алгоритмы, применяемые государством в целях решения проблем инвестирования в инновационную и технологическую деятельность в реальном времени недостаточно эффективны, а часто не согласованы и описываются, что возникает из-за определенных причин и факторов: отсутствие систематического подхода к созданию государственной инвестиционной политики; недостаток нормативных правовых регулирующих мер по инвестиционному обеспечению в экономическом развитии; отсутствие практики управления инвестициями и управлением показателями; недостаток практики управления инвестициями и управлением показателями экономического развития в кризисном периоде [4].

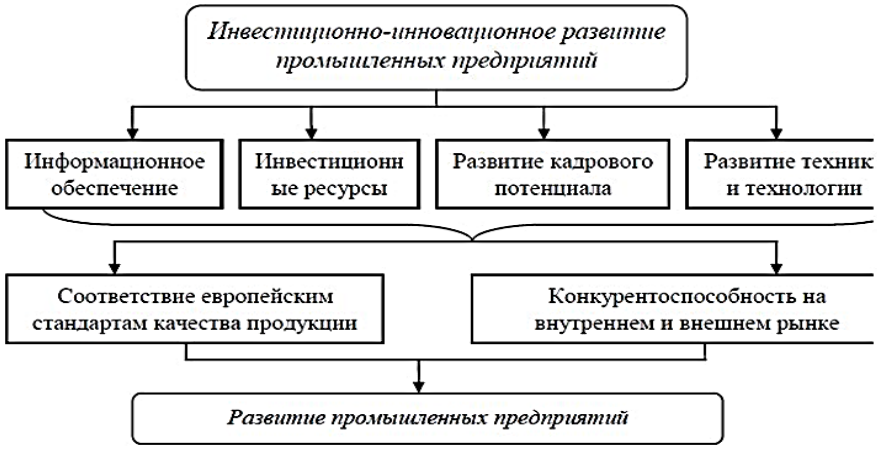


Рис. 1. Роль инвестиционно-инновационной деятельности промышленного предприятия

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Имеющиеся на данный момент времени первозданные источники инвестиционной поддержки инновационного прогресса не удовлетворяют запросы хозяйствующих субъектов, поэтому для создания эффективного алгоритма выявления внешних денежных ресурсов в инновационной сфере необходимо:

- модернизировать и реструктурировать коммуникационные каналы защиты инновационного бизнеса
- обеспечить проведение и коммуникационное сопровождение конкурсов на высококачественные инновационные проекты;
- расширить объем субсидий и государственных гарантий настолько, насколько это возможно.
- разработать и внедрить механизмы поэтапного субсидирования проектов;
- увеличить количество сбытовых компаний, участвующих в финансовой поддержке инновационных структур.

Финансирование инновационных проектов сопряжено с огромными рисками, поэтому для решения трудностей привлечения инвестиций отношения между инновационной подсистемой и будущими инвесторами необходимо рассматривать как партнерство, которое можно установить на балансе. Это могут быть национальные конкурсы, симпозиумы, фестивали инноваций, встречи с инвесторами, реорганизация и интеграция всех видов программ привлечения инвестиций. Инвестиционная деятельность включает в себя предоставление и приобретение кредитов, инвестиции в сырьевые товары, нефтегазовые инвестиции и т.д., с целью увеличения финансово-экономического потенциала и имущества в дополнение [1].

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Это также считается инновацией и приносит определенные экономические выгоды в плане производства и распределения [1].

Если показатели экономического развития с точки зрения инвестиций для стимулирования текущей деятельности не являются колоссальными, то есть норма прибыли от инвестиционной деятельности не превышает ставку кредитования, то фирмы будут привлекать капитал в виде своих акций. В этот момент, если эффективность экономической деятельности превышает уровень процентных ставок по депозитам, то фирмы стремятся перевести капитал из формы запаса в форму потока, чтобы получить дополнительный доход от экономической деятельности. Поэтому превращение капитала из потока в капитал и наоборот является той силой, которая поддерживает экономический маятник в циклическом движении.

Инновационные продукты, услуги, сервисы, рынки, в целом, могут достигать двух целей - формировать уникальные продукты, вносить существенный вклад в экономику путем инициирования и активизации создания новых рынков для инновационных продуктов, а также углублять переработку существующих продуктов. Это также считается инновацией и приносит определенные экономические выгоды в плане производства и распределения [1].

В этот момент, если эффективность экономической деятельности превышает уровень процентных ставок по депозитам, компании будут стремиться перевести капитал из фондовой формы в оборот, чтобы получить дополнительный доход от экономической деятельности. Таким образом, трансформация капитала из оборотного в собственный и наоборот является той силой, которая приводит экономический маятник в круговое движение.

Однако инвестиционный цикл может быть завершен на каждом этапе инновационного процесса, если инвестор уверен в способности преобразовать результат инвестиционной деятельности в продукт. Для мониторинга специфических для компании факторов используется аппарат систематического анализа, адаптированный к конкретной ситуации организаций оборонной промышленности. Конечно, крупным компаниям может быть сложно и рискованно спонсировать масштабные инновационные проекты только за счет собственных средств. Поэтому гранты, привлеченные изнутри, становятся важной его частью [5].

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, можно сделать вывод, что невысокая инновационная активность российских компаний в большинстве случаев обусловлена недостаточностью экономических ресурсов, высокой себестоимостью инноваций и неудовлетворительным потенциалом инновационных организаций. Таким образом, непрерывное и оптимальное обеспечение инновационной и инвестиционной деятельности приводит к стабильному экономическому развитию индустриальных предприятий. Также имеет место быть другой концепции, что стойкое развитие предприятий приводит к стабильности инновационного и инвестиционного циклов, что увеличивает экономическую эффективность предприятий.

БЛАГОДАРНОСТИ

Работа выполнена при поддержке научного руководителя Каптелининой Елены Александровны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Инвестиции в инновации. URL: http://mirinvesticyj.ru/vidy-investicyj/investicii-v-innovacii/ (дата обращения: 29.11.2022).

2. Инвестиционная и инновационная деятельность предприятий в современных условиях. URL: https://ekonomika.snauka.ru/2021/12/17255 (дата обращения: 29.11.2022).

3. Инновационная деятельность на предприятии: краткий курс лекций для студентов 2 курса бакалавриата (направления подготовки) 38.03.02 «Менеджмент» / сост. Л. А. Третьяк // ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ». Саратов, 2016. 77 с.

4. Пять факторов успеха инноваций и роль в них государства. URL: https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5d64eca59a79473061127d63 (дата обращения: 29.11.2022).

5. Финансирование инновационного проекта. URL: http://www.fa.ru/org/dpo/vsgu/Documents/uslugi (дата обращения: 29.11.2022).

6. Роль инвестиций в инвестиционном процессе. URL: https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=33115 (дата обращения: 29.11.2022).

УДК 659.1:004.9

ЭВОЛЮЦИЯ В ОФОРМЛЕНИИ БИЗНЕС-ПРЕЗЕНТАЦИЙ

К. С. Москалёва
Омский государственный технический университет г. Омск, Россия

K. S. Moskaleva
Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В данной статье описана история развития презентаций с момента появления Microsoft PowerPoint. Проведен анализ развития бизнес-презентации на примере презентаций мобильных телефонов от компании Apple (рассмотрены презентации iPhone 1, 6, 7, 8, 9, 14) и, на основании анализа, выявлены тенденции в оформлении.

Ключевые слова: бизнес презентации, PowerPoint, тенденции развития презентаций, история презентаций.

I. ВВЕДЕНИЕ

В современном мире бизнес презентации играют важную роль: чем лучше и интереснее презентация продукта, тем больше спрос на данный товар. Любой продавец на рынке желает продать свой товар как можно дороже, а покупатель как можно дешевле. Поэтому продавцам приходится «завлекать» покупателей, презентуя свой товар как можно интереснее, выделяя все возможные плюсы и скрывая все возможные минусы. Главная функция презентации – это влияние на поведение слушателей, которое довольно сложно произвести, если перед потенциальным покупателем лишь сплошной текст с рандомными картинками и спикер, читающий этот текст прямо с экрана, но совсем без презентации все могло быть намного скучнее. Именно поэтому развитие этой сферы важно для бизнеса.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

1. Узнать, что представляли собой первые презентации и как они менялись со временем;
2. Проанализировать развитие бизнес-презентаций;

Цель: выявить тенденции в оформлении бизнес-презентаций,

III. ТЕОРИЯ

Нельзя точно сказать, когда появились первые презентации: кто-то считает, что это случилось с появлением первых проекторов, а кто-то будет утверждать, что это произошло еще тогда, когда люди начали делать наскальные рисунки. Но если говорить конкретно о бизнес-презентациях, то можно утверждать, что наличие наскальных рисунков не свидетельствует об этом. Если окунутся в историю, то точкой отсчета можно считать 1987 год – время, когда Боб Гаскинс и Денис Остин создали PowerPoint. Первая версия была довольно примитивная и выполняла лишь основные функции: добавить текст, вставить изображение с определенным разрешением, выбрать какой-то дизайн из стандартного набора, но для того времени презентация сама по себе была чем-то необычным, так как в то время только начали внедрятся информационные технологии в жизнь общества, поэтому PowerPoint не пользовался большой актуальностью. Позже, в 2003 году, у PowerPoint появился первый серьезный аналог, разработанный компанией Apple – Keynote, но он отличался от PowerPoint одним лишь интерфейсом. В 2009 году создали Prezi, который представлял собой большой холст, на котором размещалась вся необходимая информация. Он же отличился от предыдущих программ своей динамичностью и эффектным видом. 2013-2014 годы – расцвет информационных технологий, время, когда презентации приобрели свою актуальность и использовались намного чаще как в образовательных, так и бизнес-целях. Тогда появились такие онлайн-инструменты как: Slides.com, Slidebean, позволяющие не только создать презентацию, но и без проблем отправить её другому человеку. 2015 год – обновление PowerPoint: появление: Morph, Zoom, Design Ideas. Новые функции специализировались больше на дизайне: Zoom позволяет добавить анимационные картинки в движении, Morph отвечает за новые возможности анимации, теперь это можно сделать наиболее стильно, Design Ideas – автоматизирует работу слайдов и предлагает множество вариантов дизайнов.

2018 год – PowerPoint начинает поддерживать 3D объекты: можно пользоваться как стандартым набором, так и добавлять свои. И 2020 год - появление субтитров к выступлению (Live Subtitles) и ассистента для репетиций (Presenter Coach). Еще один важный и пока что последний шаг в развитии презентаций, благодаря которому функций спикеров стало намного меньше. В современных условиях очень важно эффективно презентовать себя, свою идею или продукцию, особенно если у тебя есть свой бизнес [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]. И отлично справится с этой задачей может PowerPoint – программа, предназначенная для создания презентаций для разных сфер нашей жизни [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]. Благодаря ней можно создавать не только отличные презентации, но и использовать её при необходимости отдельных ее инструментов. Приложения Microsoft Office в течение нескольких лет постоянно выпускает новую версию своих приложений, в которых добавляют новые возможности, эффекты, которые упрощают работу, а также экономят время. В век информационных технологий очень важно владеть стандартным пакетом программ Microsoft Office, так как это один из мощнейших инструментов, который играет большую роль в бизнесе. Большая часть бизнеса, в особенности с 2020 года, перешли в режим онлайн-работы и тут же столкнулась с множеством проблем из-за новой обстановки, а это в свою очередь сильно сказалось на продажах. В то время как опытные в онлайн-маркетинге предприятия получили гигантскую прибыль за счет большого потока клиентов. Сейчас же идет активное развитие этой сферы, так как 2020 год показал, насколько это важно.

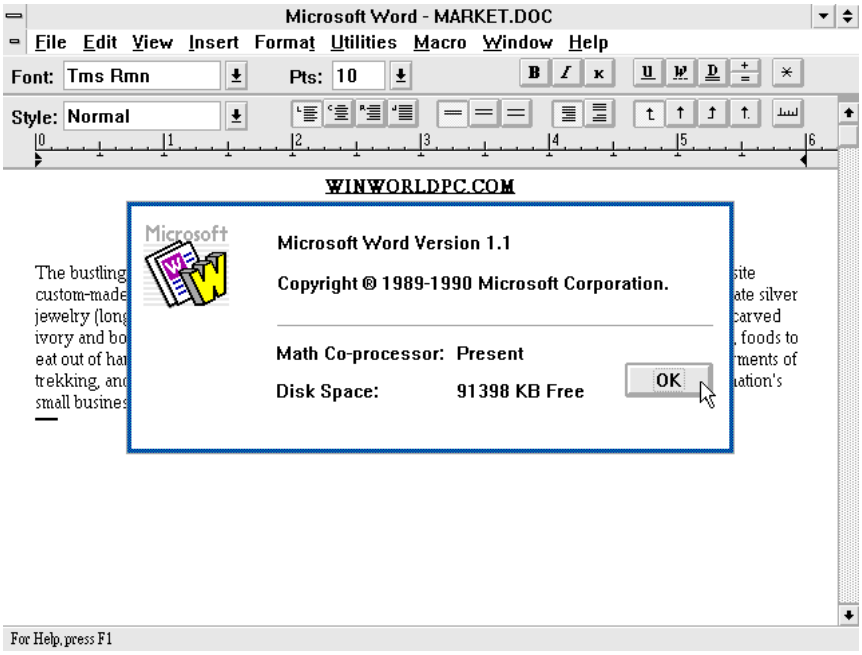


Рис. 1. Первая версия PowerPoint, 1987 год

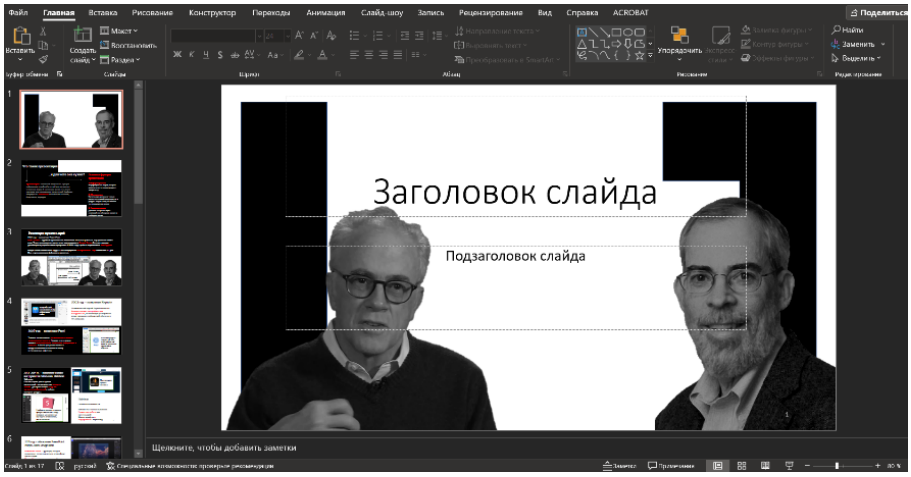


Рис. 2. PowerPoint, версия 15.14.0, 2019 год

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Рассмотрим развитие бизнес презентации на примере презентаций Apple. Автором статьи были просмотрены и проанализированы все презентации айфонов от первой до 14 модели с целью выявления динамики и тенденций их развития.

Первый айфон вышел в 2007 году и соответственно в это же время состоялась его первая презентация. Она была довольно скромная по сравнению с современными: однотонный черный фон с градиентом, минимум информации классическим шрифтом, основную часть слайдов занимает сам продукт, показанный с разных сторон. Но также была и простая анимация [3], что довольно экзотично для 2007 года. Спикер был рядом и сам все озвучивал, презентация для него была вспомогательным инструментом, помогающим наиболее точнее донести информации для слушателей, т.е. презентация являлась лишь дополнением к выступлению, на тот момент (2007 год) она не представляла собой неотъемлемую часть выступления, можно было бы обойтись и без нее, но с ней презентация была намного ярче, выразительнее и понятнее, что сыграла свою роль и на продвижении бренда, и на продажах продукта.

До 2013 года все презентации были похожи друг на друга и ничего практически не менялось, но с выходом iPhone 6 в презентации наблюдались изменения. Спикер говорил лишь 5 минут, дальше зрителям показали видео о продукте, в котором под торжественную музыку была презентована новая модель айфона [4], позже вернулся спикер и описал все более подробно, также были впервые замечены вставленные фото и видео [5], которые еще больше дополнили выступление и сократили работу спикера, не нанеся ущерба презентации продукта.

В 2017 году, на презентации iPhone 7, традиция сохранилась, и зрители снова увидели видео-презентацию о продукте, но она была намного интереснее. В отличии от видео-презентации 2013 года в 2016 на фоне играла релаксирующая музыка и был озвучен текст, но он был «приторно завлекательным»: в нем были использованы «слова – магниты», цветовая гамма была более однородной: основным цветом был белый, который согласно психологии, является символом чистоты, открытости, простоты и побуждает к покупкам [6].

2017 год. Презентация Apple выглядит несколько иначе: концепция видео уже изменилась и теперь там можно увидеть трогательную историю о нескольких совершенно разных людях, видео представлено, как отзывы-покупателей [7].

Сам же айфон был презентован снова в обычном видео, музыка была подобрана уже намного лучше, и она отлично сочеталась с хорошо смонтированным роликом.

Дальше ход событий был еще интереснее, так как презентация 9 айфона была отменена в связи с коронавирусом. 2020 год был мощнейшим скачком в области IT-сферы и развитие презентаций это непосредственно тоже коснулось. В связи с карантином множество людей предпочли или же были вынуждены осваивать интернет, в том числе и бизнес-предприятия, редко встречающаяся с ней до этого. Развитие презентаций в это время шло полным ходом: какая-то часть людей начала целенаправленно изучать продвижение, презентации и продажи продуктов через сети интернет. Презентации в конечном итоге приобрели максимально простой вид: мини ролики минималистичного плана с приятной атмосферой, краткость, но четкость информации, привлекающая внимание людей.



Рис. 3. Презентация Apple 1

Презентация 14 айфона состоялась в 2022 году, и она выглядела уже совершенно иначе: в начале было показано небольшое красивое и динамичное видео с эффектной музыкой и использованием NFT, далее были показаны слайды с большим количеством видео, спикеры менялись несколько раз, как и обстановка, в которой происходит презентация. Каждый спикер рассказывал о какой-то отдельной характеристике продукта. За счёт смены локаций и спикеров все выглядело довольно интересно и презентабельно, а качественно созданные и обработанные видео с NFT завлекали ещё больше[8].



Рис. 4. Презентация Apple 14

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Технологии не стоят на месте и их развитие идет непрерывно. Пока что лучшим приложением для создания презентаций является PowerPoint. Нельзя сказать точно, что изменится за это время, но можно предположить, что в будущем намного проще будет создать стильный дизайн, появятся автоматические подборы фона, шрифта и расположение всей информации на слайдах, а основным материалом для просмотра станет видео, которое будет создано, опираясь на техники манипуляций и психологию человека. Появятся новые функции для обработки и редактирования видео непосредственно сразу в программе Microsoft PowerPoint. Но стоит заметить, что создание стильных и эстетичных – это творческий процесс, который сложно автоматизировать, поэтому люди, занимающиеся этим делом на профессиональной основе, будут востребованы.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: Белолобова Анна Александровна. Автор благодарит своего научного руководителя.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Костромская А. С., Красноставская Н. В. Цифровые технологии в создании эффективных образовательных и бизнес презентаций // Неделя науки СПбПУ: материалы науч. конф. с междунар. участием, 13–19 нояб. 2017 г. Ч. 4. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли / С.-Петерб. политехн. ун-т Петра Великого. СПб., 2017. С. 321–324.

2. Широкова О. С. Создание презентаций как необходимый навык // Инновационные технологии в АПК: теория и практика: сб. ст. X Междунар. науч.-практ. конф., 14–15 марта 2022 г. / Пензен. гос. аграр. ун-т. Пенза, 2022. С. 234–237.

3. 13 лет первому iPhone: как проходила его презентация // @Hi-Tech. URL: https://hi-tech.mail.ru/news/13let_iphone/ (дата обращения: 02.11.2022).

4. Презентация iPhone 6 и iPhone 6 Plus на русском языке // Яндекс видео. URL: https://yandex.ru/video/preview/14305709104472094406 (дата обращения: 02.11.2022).
5. Презентация iPhone 6 и iPhone 6 Plus на русском языке // Яндекс видео. URL: https://yandex.ru/video/preview/14305709104472094406 (дата обращения: 02.11.2022).
6. Официальная презентация iPhone 7/ 7Plus в Калифорнии HD // Яндекс видео. URL: https://yandex.ru/video/preview/3792999472369250744 (дата обращения: 02.11.2022).
7. Презентация Apple iPhone 8 — прямая трансляция // Яндекс видео. URL: https://yandex.ru/video/preview/3727244656425832954 (дата обращения: 02.11.2022).
8. Тут можно посмотреть презентацию iPhone 14 и других новинок Apple. Начало в 20:00 мск // 1Хбет.com. URL: https://www.ixbt.com/news/2022/09/07/iphone-14-apple-20-00.html (дата обращения: 02.11.2022).

УДК 332.02: 330.564.2

МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

А. Г. Мухаметзянова
ЧОУ ВО «Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирясова, г. Казань, Россия

A. G. Mukhametzyanova
CHOU VO "Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov, Kazan, Russia

Аннотация. Поддержка субъектов малого бизнеса является актуальной, особенно в разрезе недавних условий рынка: национальный локдаун из-за пандемии COVID-19 и введение санкций по отношению к России, которые крайне сильно повлияли на деятельность предприятий. Цель статьи – оценка предлагаемых государством мер поддержки. Определение направленности мер помогло отразить их эффективность. Можно говорить о том, что в 2022 году предпринятые меры были оказаны эффективнее, чем это было в 2020 и 2021 годах. Однако это не значит, что государство в полной мере справилось с поставленной задачей. Для этого нужно проводить определенные мероприятия по сбору обратной связи от предприятий малого бизнеса.

Ключевые слова: малый бизнес, государственные меры поддержки, пандемия, санкции.

I. ВВЕДЕНИЕ

Субъекты малого бизнеса являются важной частью национального хозяйства, вносят вклад в его развитие, способствуют повышению экономической устойчивости. Кроме того, они влияют на усовершенствование экономических процессов, предлагая инновационные продукты и увеличивая объем производства. Существенным преимуществом малых предприятий является то, что они легче подстраиваются под часто изменяющиеся условия экономико-политической среды, однако это преимущество влечет за собой и ряд проблем, а именно, повышение рисков банкротства или снижение спроса со стороны потребителей.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧ

Целью статьи является оценка мер поддержки малого предпринимательства в условиях кризисных ситуаций, в частности поддержки во время пандемии COVID-19. Эта тема остается актуальной в настоящее время, когда на страну обвалился ряд санкций, тем или иным образом касающихся субъектов малого бизнеса.

III. ТЕОРИЯ

Главной проблемой развития малых предприятий является финансирование. В основном, такие предприятия создаются и растут за счет собственных средств, вероятность получения заемных средств чрезвычайна мала. Можно говорить даже об избегании получения кредита в виду его малодоступности – высокие процентные ставки, что может привести к определенным рискам, если использовать такие средства для запуска бизнеса. Можно получить поддержку инвесторов, например, в виде субсидий, субвенций или налоговых кредитов, но такой вариант направлен преимущественно на IT сферу или стартапы. То же касается и программ льготного кредитования – доступ к таким условиям есть далеко не у всех.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Как мы видим, исходя из данных табл. 1, численность субъектов малого предпринимательства имеет тенденцию спада. При чем наибольшее уменьшение произошло в 2019 году в связи с неплатежеспособностью предприятий. За 6 лет показатель по России снизился на 21%. Республика Татарстан является регионом Приволжского федерального округа с наибольшим количеством субъектов МСП, но также как и в стране здесь заметны сокращения в численности на 20%.

Таблица 1

Количество субъектов малого предпринимательства (юл и ип) [1]

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Темп прироста, %
							2021 г. к 2016 г.
Россия - всего	268488	267033	250758	224105	216615	212429	-21
Республика Татарстан	7285	7207	6690	6044	5973	5857	-20

В ситуации острой геополитической ситуации или при имеющихся кризисных проблемах, поддержка государственным регуляторов проводится, в основном, с целью сохранения рабочих мест и направлена на компенсацию финансовых потерь или снижения кредитного давления.

Такая обстановка возникла в 2020 году, когда весь мир был потрясен новой коронавирусной инфекцией COVID-19, распространявшейся со скоростью света. Государства были вынуждены объявить локдаун, подразумевающий приостановление работы предприятий, в том числе малого бизнеса. Неподстроенная под такие условия российская экономика, а тем более субъекты малого и среднего предпринимательства оказались на грани. Для выживания им нужно было максимально сократить расходы, выискивая государственные программы поддержки. А также уделять внимание своим работникам.

Такая же ситуация наблюдается и в численности работников малых предприятий (рис. 1), которая с каждым годом снижается – в итоге с 2017 по 2022 год спад составил 19,21% (более 1 млн человек).

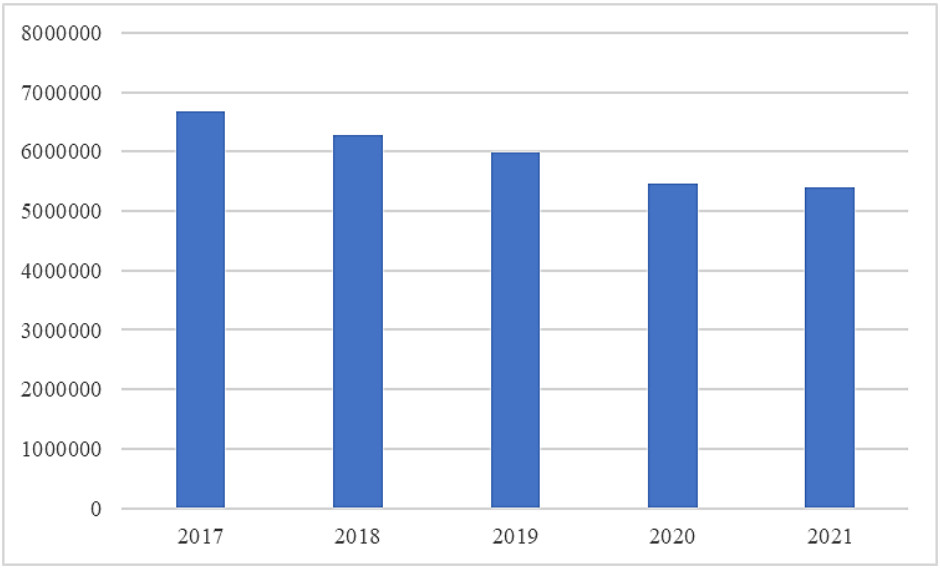


Рис. 1. Численность сотрудников малых предприятий по Российской Федерации, чел. [2]

В марте-апреле был объявлен первый пакет мер по обеспечению поддержки отраслей, находящихся в критической ситуации. Было выделено 5 млрд рублей на покрытие процентных платежей по кредитам малых и средних предприятий, а также предложена программа субсидий. Субъекты были обеспечены отсрочкой уплаты налогов на 6 месяцев и снижением страховых взносов [3].

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Таким образом, первым шагом на пути к поддержке малого предпринимательства был введен законопроект о налоговых послаблениях о помощи в покрытии появившихся у предпринимателей издержек на обеспечение работников средствами защиты и на оплату тестов для определения заболевших. Эти расходы не входили в список расходов, влияющих на расчет налога на прибыль. А также уменьшение страховых отчислений до 15% на сумму, превышающую МРОТ.

Помимо всего прочего, было введена отсрочка по проверкам онлайн-касс, контролю соблюдения законодательств и выездным налоговым проверкам. Были продлены лицензии на полгода для тех субъектов, которые были задействованы в государственных закупках.

Правительство также затронуло сферу кредитования: субъекты МСП могли взять беспроцентный кредит на полгода для выплаты зарплаты сотрудникам, сумма которого зависела от численности работающих на предприятии. Можно было продлить срок этого кредитования при последующем установлении ставки в 4% годовых [4].

С одной стороны, такая ситуация сподвигла государство заняться развитием малого бизнеса, но, к сожалению, далеко не все смогли воспользоваться льготами и субсидиями. Если ссылаться на данные РБК по опросу Центра стратегических развитий – 38% опрошенных сообщили о невозможности взятия беспроцентной ссуды на выплату заработной платы сотрудникам. Та же проблема с отсрочкой по кредитам – банки не хотели соглашаться на эти условия. 54% предприятий в период пандемии так и не получили снижения страховых взносов.

Здесь и заключается проблема – государство направило поддержку на предприятия, занимающиеся в определенной сфере деятельности – в зависимости от ОКВЭД. Было бы разумнее отталкиваться от финансовой отчетности предприятий, но в тот период такой путь был неподходящим, так как у субъектов МСП поквартальная отчетность, а действовать нужно было как можно быстрее.

Кроме этого, были проведены работы по обновлению санитарных требований с конкретными сроками действия, чего не было до 2020 года. Необходимо в обязательном порядке вести гигиенический журнал предприятия с занесением туда информации по медицинскому осмотру сотрудников [5].

Постпандемийная ситуация не облегчает жизнь МСП, встречаясь с новой проблемой – начало специальной военной операции на Украине и введение против Российской Федерации нескольких пакетов санкций. То есть помимо преодолений последствий пандемии, необходимо направить ресурсы и на решение новых задач. В условиях такой нестабильности рынка, поддержка малых предприятий все еще остается актуальной. Стратегия программ господдержки должна быть направлена на обеспечение благоприятного климата, содействие внедрения инноваций предприятиями, введение системы мотивации для субъектов.

Основными видами поддержки в нынешней ситуации являются информационное оснащение, проведение консультаций, помощь в переподготовке и повышении квалификаций сотрудников [6].

Многие предприятия зависят от импортной продукции, импортного оборудования, поэтому подсанкционная деятельность может негативно сказаться на деятельности организаций в ближайшей перспективе. Полную зависимость от ввозимых товаров имеют как минимум 10% субъектов МСП, остальные находятся в частичной зависимости.

В условиях западных санкций Правительством были предложены следующие меры для поддержки:

- льготная ставка налога на прибыль в 0% для компаний IT сферы;

- повышающий коэффициент транспортного налога затрагивает транспортные средства стоимостью более 10 млн рублей;

- оформление или рефинансирование кредитов по ставке 8,5%, при гарантии от АО «Корпорация «МСП» – 8% до 31 марта;

- разработка автоматической упрощенной системы налогообложения, направленной на малые предприятия с численностью до 5 сотрудников и выручкой до 60 млн рублей – они могут не заполнять декларацию для уплаты налогов, а также освобождены от уплаты налога на прибыль, имущество организаций и НДС [7];

- кредитные каникулы – до 30 сентября МСП, пострадавшие от санкций, могут попросить у кредитной организации отсрочку по всем ссудам, но только единожды по каждой из ссуд, если кредит или займ были оформлены до 1 марта 2022 года;

- лизинг и факторинг – льготные ставки по услугам не выше 15% для субъектов малого бизнеса;

- мораторий на банкротство – кредиторы не могут требовать от заемщика-должника установления банкротства с 1 апреля по 1 октября 2022 года, но само предприятие имеет право на объявление себя банкротом, отказавшись от моратория;

- снижение эквайринговой комиссии для предприятий, работающих в сфере предложения социально-значимых товаров и услуг – для них ставка будет не более 1%, для всех остальных ставка все так же 1,2-2,2%.

- возврат комиссий за переводы до 31 декабря 2022 года по системе быстрых платежей для предприятий, который работают с такой формой оплаты;

- гранты для молодых предпринимателей до 500 000 рублей – средства можно использовать в хозяйственном обеспечении предприятия, на оплату ПО или франшизы, но нельзя приобрести недвижимость или транспортное средство, возраст предпринимателя должен быть не выше 25 лет;

- льготы по налогам, в том числе отсрочка для субъектов малого бизнеса в сфере сельского хозяйства или IT [8].

Расширенная программа стимулирования кредитования от АО «Корпорация «МСП», лимит которой составляет 288,3 млрд рублей, показала следующие результаты. С 15 марта по 1 октября 2022 года было выдано 2106 кредитов на 38,9 млрд рублей и реструктурировано 1823 кредитов на 59,3 млрд рублей с учетом того, что 18 июля 2022 были изменены условия данной программы. Максимальная ставка кредитов, выдающихся на срок не более трех лет, привязана к ключевой и не должна превышать ее больше, чем на 3%.

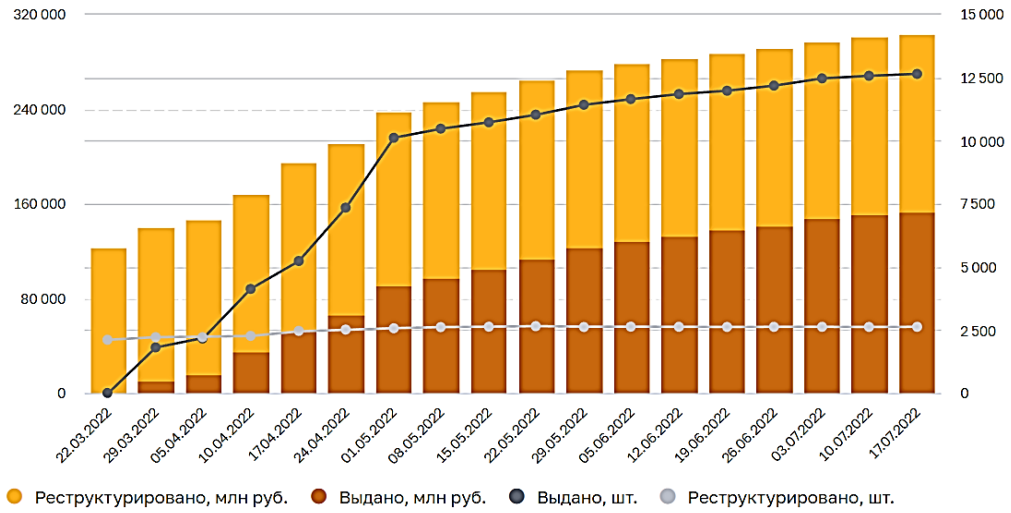


Рис. 2. Динамика объема и количества выданных и реструктурированных кредитов по программе оборотного кредитования субъектов МСП [9]

Действовавшая программа оборотного кредитования (рис. 2) привела к выдаче 12649 кредитов на 153,4 млрд рублей и реструктуризации 2625 кредитов на 150,2 млрд рублей и была выбрана в июле 2022 года в связи с практически исчерпавшимся лимитом в 340 млрд рублей.Малый бизнес мог рассчитывать на кредит со ставкой не выше 15% годовых при любой цели кредитования либо рефинансировать кредит с плавающей ставкой.

Кроме того, многие регионы предлагают свои меры поддержки для развития местных малых предприятий.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение можно сказать, что хоть государство и сектор МСП еще не восстановились после пандемии, анализируя прошлые недочеты, они успешно справляются в условиях западных санкций. Все еще есть моменты, которые можно улучшить, например, определение секторов экономики или компаний, которые могут нуждаться в поддержке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. URL: https://rmsp.nalog.ru/index.html (дата обращения: 29.11.2022).

2. Институциональные преобразования в экономике // Федеральная служба государственной статистики. URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/instituteconomics (дата обращения: 29.11.2022).

3. Козырев А. В. Меры по поддержке малого бизнеса в кризисных условиях: международный опыт и российская практика // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Т. 11, № 2. С. 267–284. DOI: 10.18334/epp.11.2.111633..

4. Епанчинцева А. В. Меры поддержки малого и среднего бизнеса в России в период пандемии коронавируса: критический анализ // Экономика нового мира. 2020. Т. 5, № 1–2 (17). С. 17–22.

5. Дегтярева Е. Г. Государственная поддержка предприятий малого и среднего предпринимательства московской области в современных условиях // Вестник университета. 2021. № 11. С. 66–72. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-11-66-72.

6. Бобкова Е. Ю., Григорьянц И. А., Фурсов А. Л., Черкасова Е. В. К вопросу о современных мерах государственной поддержки регионального малого бизнеса в условиях международных санкций // Гуманитарный научный журнал. 2022. № 3. С. 34–39. DOI 10.24412/2078-9661-2022-3-34-39.

7. Сулейманова А. М. Антикризисные меры поддержки малого и среднего бизнеса в условиях западных санкций // Актуальные вопросы современной экономики. 2022. № 4. С. 448–451.

8. На какую поддержку может рассчитывать малый и средний бизнес в период санкций? URL: https://fincult.info/article/na-kakuyu-podderzhku-mozhet-rasschityvat-malyy-i-sredniy-biznes-v-period-sanktsiy (дата обращения: 29.11.2022).

9. Поддержка малого и среднего предпринимательства // Банк России: сайт. URL: http://www.cbr.ru/develop/msp (дата обращения: 29.11.2022).

УДК 336.02

НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА ОРГАНИЗАЦИИ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ЕЕ ОПТИМИЗАЦИИ

М. И. Панкратова

Московский финансово-юридический университет МФЮА, г. Калининград, Россия

M. I. Pankratova

Moscow Financial Law University, Kaliningrad, Russia

Аннотация: Актуальность рассматриваемой темы связана с объективной необходимостью в изучении проблемы налоговой нагрузки и возможность оптимизировать налогообложение в компании. Достижение конечных результатов в работе состоит в исследовании по налоговому планированию и изучении содержания основных налоговых документов, посвященных налоговым нагрузкам. Вопрос правомерности того или иного действия налогоплательщика направленного на сокращение размера налоговых обязательств, не всегда прост, и поэтому требуется тщательный анализ, поскольку размер налоговой нагрузки для каждой компании должен быть оптимальным. На основании рассмотренной сущности налоговой нагрузки компании, были составлены рекомендации для оптимизации налогового планирования в компании.

Ключевые слова: налоговая нагрузка, налоговая оптимизация, налоговое планирование.

I. ВВЕДЕНИЕ

В современном мире каждая компания независимо от вида деятельности стремится снизить налоговую нагрузку, поскольку это напрямую сказывается на финансовом результате компании. Очень важно правильно подобрать подходящий налоговый режим, который будет учитывать интересы компании. Правильное отражение расходов, доходов при расчете налоговой базы становится одной из основных задач в бухгалтерском учете при расчетах компании с бюджетом по налогам. Своевременная оплата налогов для компании - один из факторов формирования репутации компании и влияния на возможность предоставления государственной помощи.

Методы учета налоговых расчетов компаний зависит от механизма действия определенного налога и прежде всего от объектов налогообложения и источников налогообложения. Целью предпринимательской деятельности является получение прибыли, поскольку в условиях экономической самостоятельности и самофинансирования она выступает одним из решающих критериев оценки эффективности деятельности. Доходы организации - это один из основных факторов, влияющих на получение прибыли и, следовательно, на величину налогов, уплачиваемых от нее. Поэтому регулирование учета доходов признается одним из важнейших элементов бухгалтерского и налогового законодательства и традиционно представляется областью научных исследований.

Целью данной работы является рассмотрение основных моментов налоговой нагрузки организации, а также предложение рекомендаций по оптимизации налоговой нагрузки в организации.

В процессе написания данной статьи информационной базой являлись федеральные законы и нормативно-правовые акты, учебная литература и научные труды различных авторов в области вопросов налоговой нагрузки компании.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Для выполнения цели, сформированной в данной статье необходимо решение следующие задачи:

- проанализировать налоговую нагрузку компании;
- дать рекомендации по оптимизации налоговой нагрузки в компании.

III. ТЕОРИЯ

В нынешних условиях рыночной экономики налоги являются один из важнейших механизмов регулирования процессов рынка и финансового наполнен бюджетов, необходимых для того, чтобы функционировало государство. Однако воздействие налоговых рычагов на экономику нужно чтобы было системным, сбалансированным и прогнозированным.

Согласно Налоговому кодексу Российской Федерации (далее – НК РФ) налоговая нагрузка рассчитывается в соотношении суммы уплаченных налогов по данным отчетности налоговой службы и выручки компании по данным Федеральной службы государственной статистики.

Другими словами, налоговая нагрузка является налоговым бременем, наложенным на компанию, суммой налогов и взносов, которые нужно уплачивать в государственный бюджет.

От различных критериев зависит размер налоговой нагрузки, один из самых наглядных - вид деятельности компании, т.к. величина налоговой нагрузки определенной компании необходимо, чтобы была равна или же больше налоговой нагрузки компаний аналогичных видов деятельности. Если же она будет занижена, тогда это будет служить поводом для выездной налоговой проверки. Еще одним существенным фактором служит особенности ведения бухгалтерского и налогового учета, а также суммы и вид налога уплачиваемых в казну.

Налоговая нагрузка оказывает конкретное воздействие на эффективность хозяйственного процесса организации. Большинство организаций стараются минимизировать налоговую нагрузку, используя различные инструменты, закрепленные на законодательной основе.

Определение понятия «налоговая нагрузка» применительно к взаимоотношениям между налогоплательщиком и налоговыми органами дается в следующих основных документах:

- Приказ Федеральной налоговой службы России (далее-ФНС России) «Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок» от 30.05.2007 № ММ-3-06/333. Согласно изменениям, внесенным в этот документ приказом ФНС России от 10.05.2012 №ММВ-7-2/297, его приложение № 3, отражающее показатели совокупной налоговой нагрузки по отраслям народного хозяйства и стране в целом, ежегодно не позднее 5 мая пополняется данными за прошедший год [1];

- Письмо ФНС России «О работе комиссии по легализации налоговой базы и базы по страховым взносам» от 25.07.2017 № ЕД-4-15/14490, которое устанавливает порядок работы соответствующих комиссий, проводящих в ходе этой работы анализ динамики тех показателей хозяйственной деятельности налогоплательщиков, от которой зависит уровень их налоговой нагрузки. Здесь же приводятся и формулы расчета налоговой нагрузки, аналогичные тем, которые имелись в письме № АС-4-2/12722. В сравнении с письмом № АС-4-2/12722 в письмо № ЕД-4-15/14490 добавлены положения в части анализа данных, получаемых в связи с отчетностью по страховым взносам, с 2017 года сдаваемой в налоговые инспекции [2].

Вышеперечисленные документы имеют высокую значимость для налоговой нагрузки как для налоговых органов, так и для самих налогоплательщиков. Налоговая нагрузка находится на 1-м месте в приказе № ММ-3-06/333 в перечне критериев, по которым производится отбор налогоплательщиков для проверки.

В письмах № АС-4-2/12722 и № ЕД-4-15/14490 налоговой нагрузке отводится особое внимание, здесь приведены ее значения и сравнительные показатели, которые могут стать объектом пристального внимания к деятельности налогоплательщиков со стороны налоговых органов.

Налоговой нагрузке присваивают следующие два значения:

- как относительная величина, а именно, степень отвлечения средств на уплату налоговых платежей;
- как абсолютная величина, то есть обременение, возникающее вследствие обязанности платить налоги.

Первое из вышеперечисленных значений является более близким для оценочного и сравнительного анализа, этой связи оно и соответствует алгоритму расчета налоговой нагрузки, указанной в документах ФНС России. Следовательно, налоговую нагрузку определяют, как долю суммы уплачиваемых налогов за какой-то пе-

риод в какой-либо экономической базе за этот же период, которая позволяет оценить влияние величины налоговых платежей на доходность и рентабельность оцениваемого субъекта.

Налоговая нагрузка может быть рассчитана на разных экономических уровнях:

- для государства в целом или по его регионам;
- по отраслям хозяйства страны или регионов;
- по группе сходных предприятий;
- по отдельным хозяйствующим субъектам;
- на конкретного человека.

В зависимости от экономического уровня и целей расчета налоговой нагрузки ее базой могут являться следующие показатели:

- выручка (с НДС и без НДС);
- доходы;
- источник уплаты налога (прибыль или затраты);
- вновь созданная стоимость;
- ожидаемый доход или планируемая прибыль.

Также можно отметить, что налоговая нагрузка в качестве расчетного показателя перекликается с понятием эффективной ставки налога, представляющая собой процентное содержание фактически начисленного налога в налоговой базе по этому налогу. Это понятие определено в письмах №АС-4-2/12722 и № ЕД-4-15/14490 как налоговая нагрузка по соответствующему налогу.

Налоговая нагрузка в зависимости от экономического уровня, на котором она была рассчитана, может представлять следующий интерес для данного экономического уровня:

- для Министерства финансов Российской Федерации, а также государственных органов и структур, отвечающих за вопросы в области экономики страны и субъектов Российской Федерации, налоговая нагрузка служит интересом для анализа, планирования и прогноза различных экономических ситуаций в России;
- для Министерства финансов Российской Федерации, ФНС России, инспекций ФНС России данный показатель служит для планирования проверочных налоговых мероприятий, а также для оптимизации системы контроля налогов и сборов;
- для самих налогоплательщиков расчет налоговой нагрузки необходим для анализа результатов своей деятельности, оценки риска проведения выездных налоговых проверок, а также для планирования дальнейшей работы.

ФНС России в приказе № ММ-3-06/333@ призывает всех налогоплательщиков самостоятельно производить расчет показателей, которые в соответствии с налоговыми документами являются критерием для отбора кандидатов на выездную налоговую проверку. Для стимулирования налогоплательщиков самостоятельно производить данные расчеты, ФНС России обещает им в случае поддержания этих значений на уровне среднеотраслевых показателей следующее:

- обеспечить высокую вероятность невключения налогоплательщиков в план выездных проверок;
- максимально возможное благоприятствование при взаимодействии.

Таким образом, следует вывод, что изучение содержания основных налоговых документов, посвященных налоговой нагрузке, имеет для налогоплательщика важное значение.

А также неоспоримым остается тот факт, что анализ собственной деятельности для налогоплательщика необходим. Он позволяет обнаружить определенные моменты, изменение или оптимизация которых может:

- снизить налогового бремя налогоплательщика;
- помочь в выборе иного режима налогообложения или вида деятельности;
- сформировать прогноз результатов своей работы.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Чтобы оптимизировать налоговую нагрузку в организации и привести ее значение к близкому среднеотраслевому показателю, рекомендуется разработать следующие меры:

- применение ученических договоров при принятии на работу новых сотрудников, не имеющих опыта работы. В этом случае новый сотрудник учится определенное время под руководством профессиональных коллег и получает заработную плату в виде стипендии, которая не облагается страховыми взносами. Законность данного способа подтверждается письмом Фонда социального страхования № 15-03-11/08-16893 от 18.12.2012 и постановлением Президиума Высшего арбитражного суда № 10905/13 от 03.12.2013;

- создание резерва на гарантийный ремонт и гарантийное обслуживание, чтобы оптимизировать налог на прибыль, т.к. создание резерва ведет к повышению затрат организации. После оказанных строительных услуг организация на протяжении пяти лет оказывает гарантию на этот объект. В течение указанного периода организация несет затраты на гарантийный ремонт и обслуживание строительного объекта, поэтому создание резервов является обоснованной мерой и имеет практическое применение;

- перевод штатных работников, например программистов и уборщиц, на аутсорсинг. Таким образом, происходит снижение налогооблагаемой базы;

- замена части заработной платы работников на компенсационные выплаты, предусмотренные пп. 2 п. 1 ст. 422 Налогового кодекса Российской Федерации, снижая таким образом страховые взносы.

Также важно следить за изменениями налогового и бухгалтерского законодательства. Грамотному руководителю необходимо обеспечить бухгалтера организации всеми необходимыми условиями для того, чтобы в установленный срок отслеживать все изменения в налоговом и бухгалтерском законодательстве, чтобы снизить налоговые риски. Отслеживать все изменения бухгалтер или уполномоченное лицо может самостоятельно или с помощью квалифицированных специалистов, используя консультационные услуги и посещая соответствующие семинары, посвященные теме налогообложения юридических лиц.

Также для того, чтобы создать грамотную налоговую политику организации нельзя забывать об использовании справочно-информационных систем, а также о официальном и периодическом издании.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Приведенные выше оптимизационные мероприятия позволят сократить нагрузку компании, но кроме этих рекомендаций нужно осуществлять следующие мероприятия для того, чтобы вести грамотную налоговую политику в компании:

- в процессе формирования учетной политики компании нужно создать мероприятия по уменьшению налогового риска;

- необходимо осуществлять контроль за выполнением обязательств по уплате налогов в соответствии с законодательством РФ;

- повышение квалификации специалистов, непосредственно занимающихся принятием решений по налогообложению компании и ведению налогового учета;

- нужно своевременно следить за изменениями бухгалтерского и налогового законодательства;

- проводимый мониторинг ошибок в налогообложении должен быть довольно высоким.

Также, чтобы снизить налоговые риски необходимо осуществлять регулярную работу с налоговыми органами, а именно:

- в спорных ситуациях обращаться за письменными пояснениями в налоговые органы;

-с налоговыми органами необходимо производить сверку по состоянию расчетов по налогам и сборам;

- предотвращать возможные возникающие конфликтные ситуации с налоговой службой.

Кроме того, нужно сотрудничать с контрагентами, а именно проверять бухгалтерские договора, заключенные компанией с партнерами и раскрывать информацию об состоянии налоговых расчетов в финансовой отчетности.

Повышение квалификации специалистов, принимающих решения, связанные с осуществлением налогообложения, и ведущих налоговый учет предприятия является важной мерой для снижения риска налоговой проверки.

Чтобы эффективно снизить налоговый риск требуется высокая квалификация бухгалтера, поэтому имеет значение осуществлять взвешенную кадровую политику и предъявлять высокие требования к уровню квалификации специалиста, который будет напрямую связан с налоговыми обязательствами в компании. Также проводить тестирование при приеме на работу бухгалтера будет правильным решением и периодически проводить мероприятия, направленные на повышение квалификации специалистов.

Важно следить за изменениями в налоговом и бухгалтерском законодательстве. Знающий руководитель должен снабдить бухгалтера своей компании всеми необходимыми условиями для отслеживания в надлежащий срок изменений в налоговом и бухгалтерском законодательстве с целью снижения налогового риска. Бухгалтер или уполномоченное лицо компании может отслеживать все изменения как сам, так и с помощью квалифицированных специалистов, применяя услуги по консультации или же посещая семинары, посвященные налогообложению юридических лиц.

Помимо этого, для того, чтобы создать грамотную налоговую политику компании, не забывайте использовать справочно-информационные системы, а также официальные и периодические издания.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы:

1. Финансовая стабильность компании является его состоянием финансовых ресурсов, его распределением и использованием, обеспечивающее развитие компании, опираясь на показателях роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого уровня риска, а также формируется в процессе всей хозяйственной деятельности и выступает в качестве главного компонента в системе общей устойчивости компании.

2. Налоговые нагрузки сильно влияют на финансовую стабильность компании, поэтому большинство субъектов нацелены на ее снижение с помощью разных методов, т.к. интенсификация роста налоговых нагрузок влечет за собой снижение финансовой стабильности компании, различных коэффициентов ликвидности, приводит к усугублению структуры капитала компании.

3. Влияние налоговой нагрузки на финансовую стабильность субъектов хозяйственной деятельности проявляется в следующем:

- на показатели коэффициентов рентабельности, ликвидности и структуры капитала компании негативно влияют параметры роста прямого налогообложения;
- влияние косвенного налогообложения на финансовые показатели зависят от возможности компании переложить убытки косвенных налогов на потребителей конечных;
- параметры изменения как абсолютной суммы налогов и сроков их уплаты.

4. Налоговое планирование оказывает воздействие на величину финансовых ресурсов компании, также на структуру его авансированного капитала, за счет которых формируется базис ликвидности и платежеспособности компании, за счет чего выполняется влияние на рост финансовой стабильности и важности экономического субъекта.

В налоговом законодательстве закреплена методика определения налоговой нагрузки, которая не учитывает действительного экономического состояния компании и не имеет нужной информации. На мой взгляд, метод расчета налоговой нагрузки в отношении вновь сформированной стоимости дает возможность оценить реальную налоговую нагрузку компании. Разработка мероприятий, направленных на ее оптимизацию с помощью развития общей деятельности компании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок: приказ ФНС России от 30 мая 2007 г. № М-3-06/333 // Федеральная налоговая служба: офиц. сайт. URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77/about_fts/docs/3897151/ (дата обращения: 29.11.2022).

2. О работе комиссии по легализации налоговой базы и базы по страховым взносам: письмо ФНС России от 25 июля 2017 г. № ЕД-4-15/14490 // URL: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71633812/ (дата обращения: 29.11.2022).

3. Богданова Е. П. Налоги и налогообложение Российской Федерации. М.: Моск. финансово-пром. акад. (МФПА), 2010. 428 с.

4. Лазарева Н. В. Налоги и налогообложение. М.: Феникс, 2018. 320 с.

5. Мешкова Д. А., Топчи Ю. А. Налогообложение организаций в Российской Федерации: учеб. для бакалавров. М.: Дашков и К, 2016. 160 с.

6. Назаров Р. А. Управление налоговыми рисками организации // Все для бухгалтера. 2013. № 4. С. 45–49.

7. Филиппова Н. А., Королева Л. П., Дерина О. В. Налогообложение некоммерческих организаций. М.: КноРус, 2017. 384 с.

8. Щербакова Н. С. Налоговые риски, их сущность и оценка // Аудиторские ведомости. 2018. № 4. С. 56–61.

9. Юткина Т. Ф. Налоги и налогообложение: учеб. пособие. М.: Юнити, 2017. 230 с.

10. Яшина Н. И., Гинзбург М. Ю., Чеснокова Л. А. Налоги и налогообложение. Практикум: учеб. пособие. М.: Риор, 2017. 32 с.

УДК 005.95/.96

ПРИНЦИПЫ ЯПОНСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЕНИ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

М. Д. Панфилова, М. Д. Петрова
Омский государственный технический университет, г. Омск, РФ

M. D. Panfilova, M. D. Petrova
Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В современной экономике важным является исследование систем менеджмента в развитых и развивающихся странах мира для формирования наиболее конкурентоспособной из них на рынке. В работе проведен анализ системы японского менеджмента. Рассмотрены общие понятия японского менеджмента, показан вклад известных ученых в развитие теории менеджмента, изучен опыт работы успешных предприятий, выявление отличий американской системы управления от японской, исследованы практики привлечения работников к процессу обучения и принципа пожизненного найма, анализ систем Исикава, 5S и кружки качества. В ходе проведения исследования показана значимость принципов японского менеджмента в управлении деятельностью предприятия.

Ключевые слова: предприятие, японский менеджмент, управление, принципы управления.

I. ВВЕДЕНИЕ

В последнее десятилетие японский менеджмент привлек к себе внимание за счет своего безусловного лидерства в сфере контроля социальной политики и качества жизни. Стране Восходящего Солнца удалось стать крупнейшим производителем легковых автомобилей и полупроводниковых микросхем, что позволило ей получить статус конкурентоспособного игрока на мировой экономической арене и занять лидирующие позиции.

Японский менеджмент - это продуманная система управления персоналом с базой в виде сочетания творческого осмысления опыта зарубежных государств и самобытности общественно-социальных традиций, сформировавшихся на протяжении веков. Именно смешение новаций и традиций легло в основу философии японского менеджмента - “богатство в человеческих ресурсах” - что помогает день ото дня управлять персоналом и повышать его эффективность.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В школе японского менеджмента встречаются различные способы поддержания порядка в структуре бизнеса. Это объясняется тем, что в японском менталитете присутствует целый ряд принципов, по которым управляющие разрабатывают стратегию для своего бизнеса. Самыми важными принципами является - поддержание порядка, экономия и бережливость. Хидеки Йосихара, ведущий мировой специалист по менеджменту, сформулировал следующие принципы японской системы управления:

- гарантия доверительной обстановки;
- гарантия занятости каждого сотрудника;
- гласность и прозрачные ценности компании;
- порядок и чистота на рабочем месте.

III. ТЕОРИЯ

Можно выделить следующие составляющие эффективной японской системы:

- система пожизненного найма и отождествление сотрудника с компанией (Работник трудится на благо одной компании пожизненно либо до выхода на пенсию, это позволяет снизить проблему текучести кадров и, кроме того, сотрудники проникаются идеей деятельности в компании и делают все, чтобы выполнить поставленную задачу любыми способами, жертвуя ради нее личными потребностями);

- продуманная система найма (Чаще всего HR-менеджеры ищут не опытных сотрудников, а новичков дело, чтобы обучить его таким образом, каким это выгодно и эффективно для компании. Распространена практика “рабочих династий”);

- наличие системы “Кружки качества” (Кружком качества называют группу сотрудников, которые собираются для выявления проблем, влияющих на эффективность производства и качества продукции, и подготовки предложений по их устранению. “Кружки качества” привлекают сотрудников к процессу управления и принятий важных решений касательно дальнейшей деятельности компании.);

- Внутренняя ротация и карьерный рост (Модель управления в Японии гласит о том, что сотрудник обязан периодически менять сферу своей деятельности или свое направление. Так, интерес к работе не будет снижаться, постоянно придется учиться и предлагать новые способы решения вопросов. В карьерном росте важную роль играют возраст сотрудника и стаж работы в данной компании);

- Непосредственный контроль и обучение (На производстве есть должность “Минарай” - учитель молодых сотрудников с целью приобретения теми профессиональных навыков и компетенций. К опытному сотруднику прикрепляют новичка для обучения, из-за этого образуется между ними связь на всю жизнь: мастер пользуется уважением за то, что обучил специальности новичка);

- гармония как признак процветания компании.

Наиболее важными ценностями японского общества считаются долг, сотрудничество и коллективизм

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Одним из знаменитых способов визуализации и организации знаний является составление диаграммы Исикавы - “Рыбий хвост”. Этот инструмент используется для измерения оценки, контроля и усовершенствования качества производственных процессов. При анализе диаграммы легко определить ключевые причинно-следственные связи факторов и возможных последствий в поставленной проблеме или ситуации, а также предотвратить возникновение и развитие нежелательных факторов (рис.1). Диаграмма Исикавы упрощает понимание, диагностику проблем и процессов. Этим инструментом пользуются при разработке новой продукции для выявления всех возможных факторов, способных оказать эффект на качество, процесс внедрения, проблему стоимости и т.д. Этим инструментом можно пользоваться даже в повседневной жизни, чтобы разрешить проблему проекта или какой-либо работы.

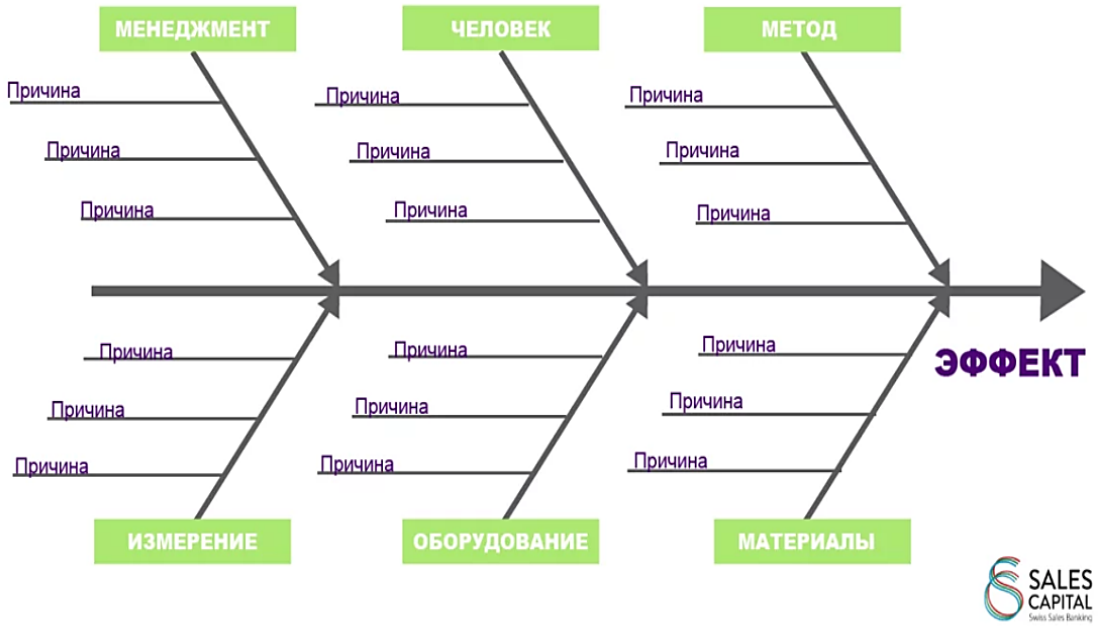


Рис. 1. Диаграмма Исикавы

Из этого рисунка видно, как можно легко организовать свою деятельность, разложив её на мелкие детали и получив возможность индивидуально проработать каждую зацепку.

В японском менеджменте существует система Кайдзен и главной особенностью этого инструмента является постоянная практика, которая фокусируется на непрерывном совершенствовании процессов производства, разработки, вспомогательных бизнес-процессов и управления, а также всех аспектов жизни. Принципы этой системы организации – лояльность, гуманность, стандартизация и планирование. На рисунке 2 можно рассмотреть, чему способствует данная система.



Рис. 2. Система Кайдзен

Как видно из рисунка, данный инструмент японского менеджмента подразумевает постоянное развитие и улучшения, образуя так называемый темп, который подминает всю деятельность в определенный цикл. Такие циклы могут быть двух видов – поддержание и улучшение (рис. 3)



Рис. 3. Циклы Кайдзен

Этот рисунок демонстрирует этапы цикла Кайдзен, которые формируются в зависимости от цели самого действия.

Не менее популярной считается система 5S (5 steps – 5 шагов). Ее принцип состоит в том, чтобы разбивать определенную деятельность на шаги. На рисунке 4 можно увидеть эти шаги.



Рис. 4. Система 5 шагов

Как видно, для того, чтобы добиться цели, следует учесть каждый момент этой системы. На первом этапе нужно четко разделить вещи на нужные и ненужные, то есть расставить приоритеты. Далее нужно установить порядок, а именно каждая вещь или цель должна находиться на своем месте. Потом, нужно создать условия, а конкретно особую инструкцию для соблюдения всех правил, касающихся заданной цели. Содержание в чистоте рабочего места приведет и к ясности своей мысли и действий. И последним шагом является постоянное совершенствование, то есть даже после выполнения какого-либо действия или создания чего-то это нужно совершенствовать.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В японском менеджменте разработано множество инструментов воздействия на управленческую деятельность, позволяя в разы упростить работу посредством рассмотрения каждой детали проекта и разложения ее на простые составляющие.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании проделанной работы, найдена информация о структуре японского менеджмента. Выявлены основные принципы и особенности данной культуры ведения и воплощения бизнес идей. Рассмотрены инструменты, с помощью которых можно удобно вести свою управленческую деятельность, опираясь на инструкции, организовывающие деятельность. Каждая система дана в интерпретации авторов, на основании их собственной практики применения данных инструментов.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАПНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ.

Научный руководитель, к.э.н., доцент Храпова Елена Валерьевна.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Панкова Л. Н. Особенности применения концепции менеджмента кайдзен в системе управления японскими компаниями // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Т. 12, № 4–1. С. 264–269.

УДК 657:343.148.5

ДОКУМЕНТЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА КАК ОБЪЕКТЫ СУДЕБНО-БУХГАЛТЕРСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

М. Д. Петрова, М. Д. Панфилова
Омский Государственный Технический Университет, Омск, Россия

M. D. Petrova, M. D.Panfilova
Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В данной статье авторами были описаны документы бухгалтерского учета как объекты судебно-бухгалтерской экспертизы. Рассмотрены учетные и внеучетные документы, выделены критерии доброкачественности документов для целей классификации документации по качественным признакам. Изучены и описаны документы, характеризующиеся как неофициальная учетная документация, а также проанализированы особенности рабочей деятельности экспертов в этой области.

Ключевые слова: документы, бухгалтерский учет, объекты, судебно-бухгалтерская экспертиза, эксперт-бухгалтер.

I. ВВЕДЕНИЕ

Документы бухгалтерского учета могут быть использованы в качестве свидетельствования о незаконной деятельности в процессе судебных разбирательств. В данном исследовании проводится изучение понятия документов, участвующих в процессе судебных следствий. Проводится анализ функций эксперта-бухгалтера, занимающегося проведением экспертизы документации, а также выявляются критерии, по которым уполномоченное лицо обязано руководствоваться.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

От установления правильности или неправильности каждого документа в отдельности зависит дальнейшая их судьба и влияние на судебный процесс. В связи с этим, важно четко сформулировать классификацию документации судебно-бухгалтерского учета по качественным признакам. Для этого необходимо:

– рассмотреть специфику деятельности эксперта-бухгалтера в уголовно-процессуальном кодексе;

– выделить критерии доброкачественности документов для целей классификации документации по качественным признакам;

– проанализировать особенности изучения неофициальной учетной документации экспертом.

III. ТЕОРИЯ

При определении документов бухгалтерского учета как объектов судебно- бухгалтерской экспертизы важно дать определение документации. С точки зрения судебно-бухгалтерской экспертизы под документом следует понимать письменный акт, содержащий определенные реквизиты и отражающий хозяйственные операции и другие факты, с которыми закон связывает наступление экономико-правовых последствий. Информация может быть зафиксирована на материальном носителе в виде текстовой, звуковой записи, видео- или фотоизображении, которые обладают реквизитами, поддающимися к идентификации.

Судебно-бухгалтерская экспертиза - это разновидность судебной экономической экспертизы, предметом которой являются задокументированные сведения о состоянии, наличии, движении материальных ценностей и денежных средств, их источниках и другая информация. То есть, в ходе судебно-бухгалтерской экспертизы проводится анализ документационных сведений на предмет информации о конкретном виде совершенных операций, повлекший за собой судебный характер.

Таким образом объектами судебно-бухгалтерской экспертизы являются отраженные на рисунке 1 пункты (рис. 1).



Рис. 1. Объекты судебно-бухгалтерской экспертизы

В судебно-бухгалтерской экспертизе важную роль играет эксперт-бухгалтер. Именно он, располагая материалами-объектами бухучета для ответа на ранее поставленные вопросы, может применять не только официальные источники информации, но и документы, не имеющие официального статуса документации и не зафиксированная в бухучете. Такие документы, находятся вне бухгалтерского контроля, но могут быть успешно использованы правоохранительными органами при оценке выявленных фактов и определении степени виновности отдельных работников в допущенных нарушениях и злоупотреблениях. Эксперт-бухгалтер рассматривает

только те документы, которые имеют непосредственное отношение к рассматриваемому процессу для всестороннего разрешения вопросов экспертизы. Для определения полноты и важности недостающих сведений, следователи и правоохранительные органы обязаны обратиться к эксперту-бухгалтеру с обращением о необходимости восстановления информации, требуемой для вынесения решения суда.

Помимо этого, к правам эксперта-бухгалтера относятся следующие положения (ст. 57, 199 УПК РФ):

- ознакомление с материалами уголовного дела, относящимися к предмету судебной экспертизы;
- ходатайствование о предоставлении ему дополнительного материала;
- обоснованное заключение в пределах своей компетенции, в том числе по вопросам, хотя и не поставленным в постановлении о назначении судебной экспертизы, но имеющим отношение к делу;
- присутствиес разрешения следователя при производстве допроса и других следственных действий и задавать допрашиваемым вопросы к предмету экспертизы;
- обжалование в установленном законом порядке действия и решения следователя, прокурора, суда, ограничивающие его права.

Таким образом, эксперт-бухгалтер непосредственно является участником судебных разбирательств, а заключение, выполненное после экспертизы, становится ценным документом, оказывающий влияние на судебный процесс.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

На основе анализа литературы по рассматриваемой тематике в ходе исследования авторами были систематизированы критерии определения доброкачественных документов при проведении судебно-бухгалтерской экспертизы (табл. 1).

Таблица 1

Критерии доброкачественности документов
(классификация доброкачественных документов по качественным признакам)

№ п/п	Наименование критерия	Суть критерия
1	Формальный критерий	Любой доброкачественный документ должен быть составлен по определенной форме, должны быть заполнены все реквизиты, начиная с наименования хозяйствующего субъекта и заканчивая подписями лиц, оформлявших и санкционировавших данную хозяйственную операцию.
2	Критерий законности	Хозяйственная операция, отраженная в документе, должна быть законна по своему содержанию. Запрещается принимать к исполнению и оформлению первичные документы по операциям, которые противоречат действующему законодательству.
3	Критерий действительности	Документ должен отражать содержание именно той хозяйственной операции, для которой он был создан, причём отражать это содержание в неискаженном виде относительно объёмов, даты, участвующих в хозяйственной операции сторон или лиц и т.д.
4	Критерий реальности и обоснованности совершенных операций	Первичные документы, отвечающие всем предусмотренным требованиям, признаются доброкачественными, могут быть приняты к учету и использованы в судебно-следственной деятельности в качестве письменных вещественных доказательств. Именно в недоброкачественных документах можно найти признаки и свидетельства о допущенных экономическим субъектом ошибках и отклонениях от норм.

Для определения доброкачественности документов используются не только данные критерии доброкачественности и документальное исследование, но и приемы фактического контроля. Но именно приведенные выше критерии дают возможность установления правильности или неправильности каждого документа в отдельности.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

С возникновением необходимости проведения судебно-бухгалтерской экспертизы, специалисту предъявляются все документы, имеющие сведения об операциях, повлекших за собой судебное разбирательство. При представлении материалов эксперту рекомендуется указывать количество томов и листов в каждом томе, вид, количество и номера документов, какому учреждению они принадлежат и к какому периоду времени относятся. В ходе расследования встречаются следующие группы объектов судебно-бухгалтерской экспертизы:

– заключающие в себе факты, подлежащие исследованию;

– отражающие возникновение и изменение исследуемых фактов;

– облегчающие уяснение смысла и пределов исследования фактов.

Использование данной классификации объектов исследования экспертом-бухгалтером в экспертной практике будет способствовать повышению качества проведения и улучшению результатов судебно-бухгалтерской экспертизы.

Помимо официальной учетной документации, эксперту-бухгалтеру приходится исследовать так же и не официальную документацию. При неправильном оформлении бумаги официального процессуального характера суд может не принять данный документ в качестве свидетельсвтва при рассмотрении того или иного дела под следствием. Так, важно в приложенную к делу документацию включать всю информацию из самих документов, стоить обратить внимание на аккуратность и структурированность оформления данных. При возникновении ошибок необходимо их исправить с пометкой на правдивые результаты, согласно новым исследованиям по рассматриваемому делу. При отсутствии подписей лиц, которые совершили определенные операции, не следует данный документ принимать как обоснованный и единственно верный. В отдельных случаях такая документация не охватывает учётный период и является отрывочной. В связи с этим, эксперту-бухгалтеру приходится заниматься еще и восстановлением документации.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе проведенного исследования, авторами статьи было проанализировано понятие документа как объекта судебно-бухгалтерской экспертизы. Было выявлено, что процессом самой экспертизы занимается лицо, получившее специальную квалификацию – эксперта-бухгалтера. Сам анализ операций, действий, передвижений товарно-материальных ценностей, которые записаны на бумажный, цифровой, звуковой или видеоноситель, одним словом – документ, составляет эксперт-бухгалтер, руководствуясь установленными критериями. К таким критериям относятся: критерий формальности, законности, действительности и реальности совершения операций. На основании проведенной экспертизы эксперт-бухгалтер делает заключение, которое является важным свидетельством при вынесении судебного приговора.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Авторы благодарят научного руководителя, Балашову Елену Александровну, за помощь в редактировании промежуточных версий, за предложения и замечания к предварительным версиям статьи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Трофимов Н. П. Документы бухгалтерского учета как объекты судебно-бухгалтерской экспертизы // Молодой ученый. 2014. № 4.2 (63.2). С. 108–113. URL: https://moluch.ru/archive/63/10198/ (дата обращения: 20.10.2022).

2. Васильева Е. А. Учетно-аналитическое обеспечение устойчивого развития хозяйствующего субъекта // Экономика и предпринимательство. 2013. № 7 (36). С. 229–232.

3.Васильчук О. И. Процедуры аудита деятельности предприятий малого и среднего бизнеса, направленные на обеспечение экономической безопасности // Инновационное развитие экономики. 2011. № 3. С. 17–26.

4. Россинская Е. Р., Эриашвили Н. Д., Кузякин Ю. П. [и др.]. Судебно-бухгалтерская экспертиза: учеб. пособие для вузов по специальностям "Юриспруденция", "Бухгалт. учет, анализ и аудит" / под ред. Е. Р. Россинской, Н. Д. Эриашвили, Ж. А. Кеворковой. М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2010. 383 с.

5. Толкаченко А. А., Харабет К. В., Амаглобели Н. Д. [и др.]. Судебная бухгалтерия: учеб. пособие для вузов по специальностям "Юриспруденция", "Бухгалт. учет, анализ и аудит" / под ред. А. А. Толкаченко, В. А. Бородина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 223 с.

УДК 332.87:332.146

ВИДЫ УСЛУГ В СФЕРЕ ЖКХ

М. Д. Петрова
Омский Государственный Технический университет, Омск, Россия

M. D. Petrova
Omsk State Technical University, Russia

Аннотация – В данной статье автором была проанализирована сфера жилищно-коммунального хозяйства в Российской Федерации. Выявлены основные критерии сравнения услуг ЖКХ и составлена классификация услуг, оказываемых в отрасли ЖКХ. На примере Омской области рассмотрены ключевые проблемы инфраструктуры ЖКХ и меры по совершенствованию системы управления жилищно-коммунальным комплексом обеспечения услуг, предоставляемых населению.

Ключевые слова – ЖКХ, классификация услуг, проблемы, меры поддержки.

I. ВВЕДЕНИЕ

Жилищно-коммунальными услугами называется жилищных и коммунальных (общественных) комплекс услуг по поддержанию, сохранению и восстановлению надлежащих инженерных и санитарно-технических условий существования зданий и сооружений, оборудования, систем, сетей коммуникации и объектов коммунального назначения [1].

В данный момент состояние инфраструктуры и проблемы в сфере жилищно-коммунального хозяйства вызывают тревогу среди ведущих специалистов в данной области. Этот факт говорит о необходимости проведения инновационной терапии всей отрасли в целом. Учитывая современное развитие ЖКХ, важно понимать, какие существуют услуги, оказываемые населению для поддержания комфортного проживания в многоквартирном доме, для того, чтобы определить и предпринять комплекс качественных преобразований, внедрить новейшие методы и способы управления общим имуществом многоквартирного дома, сырьем и материалами при совершенствовании жилищно-коммунального обеспечения населения.

В силу сложности системы ЖКХ актуальность данной проблематики обусловлена недостаточностью проработки исследуемой темы в области развития единой концепции управления и развития ЖКХ на всех уровнях научного обоснования и принятия мер по совершенствованию системы услуг для населения.

Целью данного исследования является классифицирование услуг ЖКХ по различным критериям.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Для достижения ранее поставленной цели необходимо решить ряд следующих задач:

- анализ современного состояния отрасли ЖКХ в России;
- анализ литературы по рассматриваемой тематике;
- рассмотрение ключевых проблемных вопросов инфраструктуры ЖКХ на примере Омской области;
- разработка комплекса мер по усовершенствованию механизма ЖКХ;
- выявление основных критериев сравнения услуг ЖКХ;
- формулирование выводов.

III. ТЕОРИЯ

Под ЖКХ подразумевается сложная структура, состоящая более чем из 30 видов деятельности. Данная структура многофункциональна, стихийно развивается в общей системе национальной экономики, и помимо этого обеспечивает воспроизводство и содержание имущества жилого фонда, производство и доведение до целевого потребителя ресурсов и коммунальных услуг. Деятельность ЖКХ невозможна без применения рыночных инструментов, ключевым из которых считается инновационно-инвестиционный метод.ЖКХ включает

в себя субъекты сферы услуг, монопольные отрасли промышленности и ресурсов (предоставление газа, холодной и горячей воды) и направлена на обеспечение населения и организаций жизненно необходимыми ресурсами. Деятельность органов сферы ЖКХ регулируется нормативно-правовой базой, главным источником которой являются Жилищный Кодекс РФ и Гражданский Кодекс РФ.

На рынке недвижимости жилищно-коммунальная система выполняет роль обеспечения нормального стабильного функционирования зданий, сооружений для безопасного и комфортного проживания людей в МКД. В качестве функций, выполняемых данным образованием, можно выделить следующие, представленные на рисунке 1. Наиболее востребованная из них это снабжение ресурсами потребителей, в то время как бытовое обслуживание, в том числе банно-прачечные и ритуальные услуги в обслуживаемых домах сейчас встречаются крайне редко.

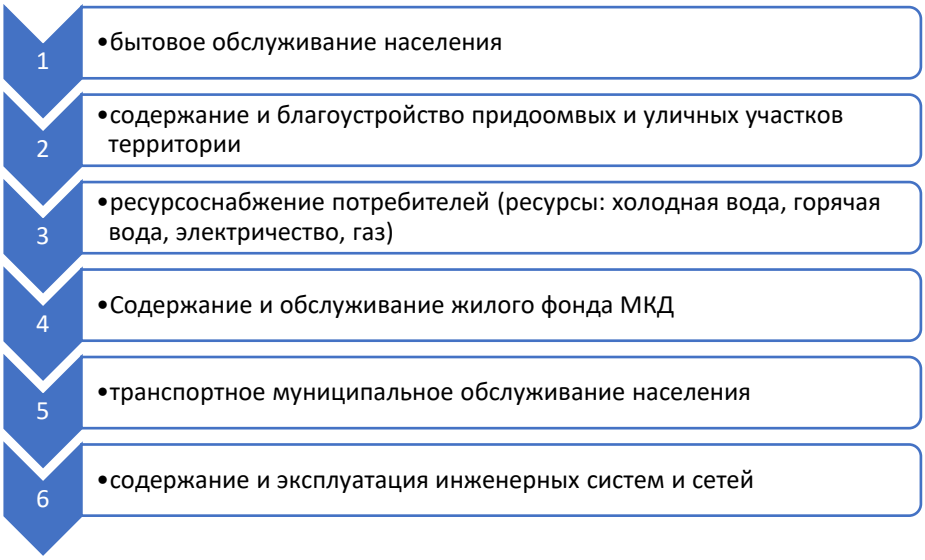


Рис. 1. Функции сферы ЖКХ в РФ

Рисунок 1 описывает схему организации работы области ЖКХ в рамках российской практики. Такое разделение функций отражает деятельность ЖКХ в современных рыночных условиях, при которых производитель услуг (в данному случае ЖКХ и все входящие в него субъекты сферы услуг) стремится наиболее полно и точно удовлетворить потребности населения, касающиеся жилищной сферы.

Коммунальными услугами считаются услуги по доставлению ресурсов холодного водоснабжения, горячего водоснабжения, водоотведения, электроснабжения, газоснабжения, отопления, а также услуги по вывозу твердых бытовых отходов. Информация о разновидности услуг гарантирует комфортные требование проживания людей в жилых комнатах. Структура предоставляемых покупателю общественных услуг обусловливается степенью благоустройства многоквартирного дома либо жилого здания, около которого подразумевается присутствие в многоквартирном жилье либо квартирном жилье внутридомовых технических конструкций, позволяющих обеспечивать потребителю соответствующее коммунальные услуги:

• Холодное (горячее) водоснабжение — предоставление на регулярной основе потребителю холодной питьевой (горячей) воды соответствующего свойства, подаваемой в требуемых размерах по присоединенной сети в МКД;

• водоотведение — отведение домашних водостоков с многоквартирного дома по присоединенной сети;

• электроснабжение — предоставление на регулярной основе потребителю гальванической энергии соответствующего свойства, подаваемой в требуемых размерах сети в МКД;

• теплоснабжение — на регулярной основе на протяжение отопительного этапа доставка в здания термической энергии, обеспечивающая сохранение в помещении нормативной температуры воздуха.

• газоснабжение — предоставление на регулярной основе потребителя газом соответствующего свойства, подаваемым в требуемых размерах и определенного качества и состава по сети в МКД, а кроме того реализация газового ресурса в специальных баллонах;

• твёрдые общественные (бытовые) отходы — фрагменты пищи либо объектов пользования, индустриального изготовления, бытовой деятельности от проживания человека, какие теперь никак не имеют прежних качеств, а также негодны с целью последующего их применения [2, 3].

В настоящее время имеется четыре ключевых метода оплаты жилищно-общественных услуг, простых для всех категорий жителей России:

1. Наличными через банк или Почту России;
2. При помощи банкомата или платежного терминала;
3. Онлайн, с помощью интернет-банкинга или электронного кошелька;
4. На веб-сайте Госуслуг [4, 5].

В рамках данной работы важным считается установление проблемных зон в формировании области ЖКХ и их источников. Проблемы в сфере ЖКХ подразделяются в зависимости от причины возникновения: финансовые, общественно-политические, промышленные, экологические, общепсихологические. Так, невозможно решить конкретную причину проблему, так как все они в той или иной степени затрагивают другие, и должны решаться одновременно на всех уровнях власти. Это говорит о важности системного подхода к преобразованию сферы ЖКХ, требующего не только управления «сверху», но и грамотных специалистов разных профилей подготовки.

Так как в совокупности все организации отрасли ЖКХ образуют механизм коммуникации с потребителем, то при изменении или оказании влияния на отдельный элемент структуры может измениться вся цепочка взаимодействия. Например, в связи с не спрогнозированным падением уровня доходов населения, компании не имели возможности получать достаточный объем прибыли с операций по оказанию жилищно-коммунальных услуг, что привело к сложности и практически отсутствию возможности совершения вложений в ключевые производственные фонды в размерах, требуемых не только лишь с целью формирования инфраструктуры, но и с целью трудового ее поддержания. Это привело к следующим проблемам:

• недостаточное развитие инженерных коммунальных систем;

• для обеспечения возрастающих потребностей общества и обеспечения всех жильем, необходимо постоянное новое строительство МКД;

• неравномерное распределение коммунальных мощностей, приводящее к неэффективному использованию трудовых, инженерных, организационных ресурсов;

• возрастающий уровень морального и физического износа объектов и сооружений I и II степени;

• неэффективное использование природных ресурсов в виде потерь ресурсов при транспортировке, а также тепловой и электрической энергии в процессе производства и транспортировки до потребителей.

Предметы жилищно-коммунальной отрасли, невзирая на проводимую реформу, пребывают в изношенном состоянии. Согласно отчетам Министерства экономического развития, физический износ основных фондов ЖКХ в Российская Федерация по состоянию на 2018 г. находится на уровне 67,1%. В единичных городских образованиях уровень износа предметов общественной инфраструктуры составляет 73%. Также, зафиксировано, что более 42% основных фондов находятся на последней стадии жизненного цикла объектов ЖКХ и нуждаются в немедленной реконструкции и реновации. Темпы нарастания износа продолжают составлять 4-5% в год [7].

В итоге, в современных реалиях развития перед сферой ЖКХ стоит ряд важных вопросов, требующих глубоких академических разработок, связанных с механизмами управления, методами увеличения степени вовлеченности правительства, и кроме того с привлечением малого и среднего бизнеса в рамках программ финансовой и общественной производительности ЖКХ и реформирования.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Сервисы, предоставляемые ЖКХ, обладают различными практико-ориентированными направлениями: жилищные, коммунальные, которые, в свою очередь, также обладают разнообразными ответвлениями (рис. 2).

Автором были выделены следующие блоки для классификации: коммунальная/жилищная сфера, услуги, оказанные управляющей/обслуживающей организацией.

В этом случае рассматриваемые две типологии разных услуг населению в отрасли ЖКХ никак не могут сосуществовать по раздельности, так как гарантируют надлежащие требования проживания в этом или другом квартирном помещении на территории страны.

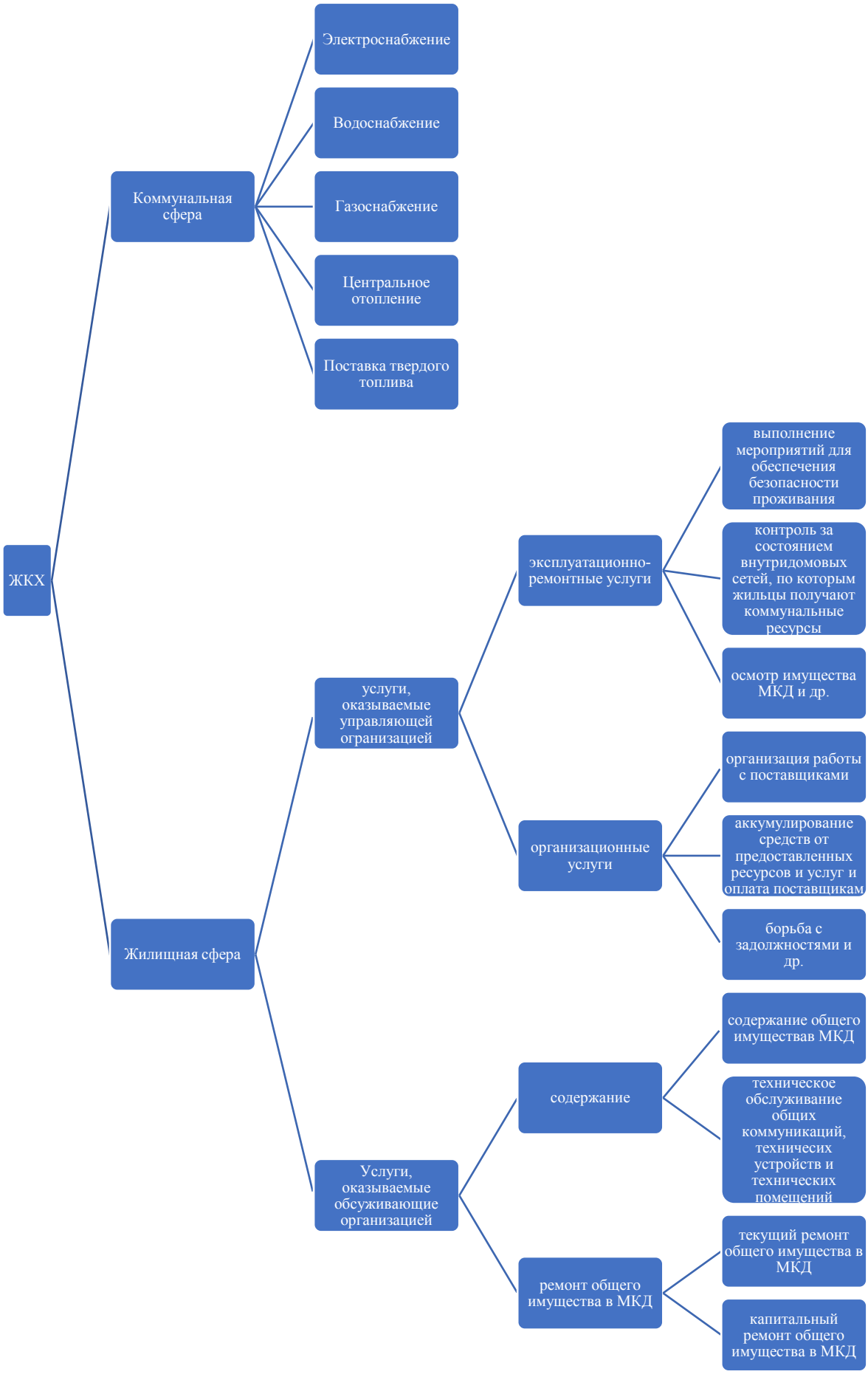


Рис. 2. Услуги ЖКХ

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В настоящее время сфера ЖКХ переживает кризис. Губернатор Омской области сконцентрировал интерес министров и членов городской администрации на успешной обратной связи с омичами. Согласно убеждениям губернатора, наиболее сильно население беспокоится по вопросам состояния дорожного полотна, деятельности социального автотранспорта, проблемам благоустройства и также, главным образом, внештатные ситуации в области предоставления общественных услуг.

Этой проблему Александр Бурков уделил особое внимание. Он внес предложение о приглашении управление инспекций с целью разбора сложившихся подобных ситуаций. Руководитель региона полагает, что необходимо осуществлять консультативную службу для ответов на требования населения. [6, 8].

Представляется актуальным и необходимым стимулировать целенаправленный правительственный спецзаказ в проекты реформирования инфраструктуры, в том числе качественный девелопмент элементов муниципальных гарантий вложений в развитие инфраструктуры городских образований, в межмуниципальные инфраструктурные планы.

Помимо этого, видится актуальным внести поправки и разработать новейшие положения, касающиеся программ стимулирования сотрудничества между муниципалитетами и представителями частного бизнеса. При внедрении современных форм жилищной кооперации как организационно-правовой формы приобретения, владения и распоряжения жилыми помещениями возможно расширение возможностей населения по выбору жилья, а также расширение возможностей муниципальных образований по строительству муниципального жилья. Необходимо внести в жилищное законодательство положения, предусматривающие расширение рынка арендного жилья, субсидирование государством ставки ипотечного кредита.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В соответствии с представленными суждениями всё ранее изложенное представляет собой непосредственно совокупность жилищно-коммунальных услуг. Следовательно, исполнители жилищно-общественных услуг, как правило, выступают и их изготовителем или посредником. Поэтому в предоставленном случае исполнитель абсолютно всех типов услуг и реализовывает их зачисление в соответствии с размерами предоставления данных видов услуг.

В обстоятельствах общественно-финансового реформирования увеличилась значимость вопросов инвестиционного характера инновационных действий в области ЖКХ муниципального образования [7].

Дальнейшее существование и развитие сферы ЖКХ полностью зависит от проработки решений органов государственной власти в отношении проведения экономической политики управления и организации управления жилищно-коммунальным хозяйством. При этом необходимо к данному процессу подходить комплексно и задействовать силы малого и среднего бизнеса.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Автор благодарит научного руководителя, Кулик Нину Анатольевну, за помощь в редактировании промежуточных версий, за предложения и замечания к предварительным версиям статьи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. ГОСТ Р 51929-2002. Услуги жилищно-коммунальные. Термины и определения. Введ. 2003-01-01. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

2. ГОСТ Р 51929-2002. Услуги жилищно-коммунальные. Термины и определения. Введ. 2003-01-01. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

3. Симионов Ю. Ф. Жилищно-коммунальное хозяйство: справ. 3-е изд. Ростов н/Д: Феникс, 2010. 286 с.

4. Бублик Н. Д., Ситников А. А., Чувилин Д. В. Проблемы разработки программ развития коммунального комплекса и пути их решения. Уфа: Вагант, 2011. 259 с.

5. Бублик Н. Д., Лукина И. И., Романов А. Н., Чувилин Д. В. Формирование системы тарифного регулирования на основе экономико-математического моделирования параметров деятельности организаций жилищно-коммунального комплекса // Вестник Финансового университета. 2012. № 4 (70). С. 76–82.

6. Чувилин Д. В. Методологические основы разработки программ развития жилищно-коммунального комплекса // Экономика и управлени. 2010. № 3. С. 118–124.

7. Чувилин Д. В. Организационно-финансовый механизм поддержки модернизации систем коммунальной инфраструктуры // Экономические науки. 2011. № 74. С. 161–164.

8. Омичи чаще всего жалуются на проблемы ЖКХ и работу транспорта. URL: https://12-kanal.ru/news/128427/ (дата обращения: 30.11.2022).

УДК 339.138:69

УПРАВЛЕНИЕ ОПЫТОМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА СТРОИТЕЛЬНОМ РЫНКЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В. С. Петров
Университет ИТМО, магистрант 2 курса факультета технологического менеджмента и инноваций, Россия, г. Санкт-Петербург

V. S. Petrov
A student of Faculty of Technological Management and Innovations, ITMO University, Russia, St. Petersburg

Аннотация. Внешнеполитическая ситуация в мире приводит к изменению уровня и стиля жизни потребителей, усложняется процесс их удержания. Для того чтобы сохранить свою конкурентоспособность на рынке, брендам необходимо иметь четкую и слаженную систему управления опытом потребителей, создавать положительные эмоциональные связи между потребителем и брендом. Автором статьи была разработана авторская методология управления опытом потребителей на строительном рынке, в основу которого легли комплексные исследования. Эффективность данного метода была апробирована на трех прикладных проектах. Результатом применения авторского метода станет повышение лояльности потребителей к бренду, его конкурентоспособности на рынке, быстрое реагирование на возникающие изменения в мире, а также адаптацию под новые реалии.

Ключевые слова: управление опытом потребителей, стратегия, бренд, ДНК бренда.

I. ВВЕДЕНИЕ

Рост ключевой ставки Центрального банка, ускорение инфляции и падение курса рубля — все это привело к изменению положения на строительном рынке. 2021 год для строительной отрасли стал одним из самых успешных по оценке введенного жилья в эксплуатацию – 92,6 млн $м^2$.Несмотря на нестабильную ситуацию в мире, если проанализировать наиболее ярко-выраженные кризисы с 1998 по 2008 год, 2014 год, можно увидеть, что в сравнении с ними, строительный рынок 2022 года является более стабильным. Это в первую очередь связано с активной поддержкой государства, внедрению новых программ кредитования. В ранее упомянутые годы спрос на недвижимость падал, индекс жилья уменьшался, застройщиком приходилось снижать стоимость квадратного метра жилья, исходя из своей рентабельности. Также 30% рынка реализовывалось через подрядчиков и субподрядчиков, что приводило к большему снижению цен на недвижимость [5]. На данный момент времени подобной ситуации на рынке не наблюдается. Наоборот, повышения стоимости строительных материалов, благоустройство домов, внешний вид и элементы инфраструктуры не способны снижать стоимость квадратного метра. Все эмоциональные скачки в 2022 году сильно не затронули рынок недвижимости. В крупных городах, таких как Москва, Санкт-Петербург, Казань, наоборот, цены на недвижимость увеличились в среднем до 8%, поскольку наблюдается устойчивый спрос на жилье эконом-класса и бизнес-класса, объем рынка которых в общем объеме составляет 60% [3].

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Главной задачей исследования является разработка авторской стратегии управления опытом потребителей на строительном рынке. Преимуществом данной стратегии является учет специфики строительной отрасли, а также комплексный подход во взаимодействии с потребителем и учет их факторов поведения.

III. ТЕОРИЯ

Термин потребительский опыт является достаточно новым в России и до конца не изученным. Впервые термин был применен Холброком и Хиршманом в 1987 году. Именно тогда были сделаны первые попытки доказательства взаимосвязи между брендом и потребителем, а потребительский опыт трактовали как синергию мыслей, эмоций потребителя от коммуникаций с брендом. Их последователь Б. Шмитт определил потребительский опыт, как сумму впечатлений потребителей от взаимодействия с брендом, которая формируется на протяжении всего жизненного цикла.

Согласно определению Forbse, потребительский опыт – это процесс взаимодействия потребителя и бренда, которые включают в себя впечатления, заинтересованность, налаживание коммуникаций, процесс покупки.

Одним из последних определений потребительского опыта в литературе является определение Ч. Джентила, Н. Спиллера и Д. Носи. Согласно их мнению, потребительский опыт формируется из суммы взаимодействия потребителя с продуктом, брендом, которое в свою очередь приводит к созданию определенного эмоционального фона. Авторы утверждают, что потребительский опыт является сугубо индивидуальным и напрямую зависит от включенности клиента в процесс коммуникаций с потребителем [1].

Таким образом, существует большое количество определений потребительского опыта, но стоит отметить, что все они имеют общие пересечения и сводятся к одной мысли. Далее автором статьи предложен авторский метод управления потребительским опытом, состоящий из 5 основных этапов.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Авторский метод управления опытом потребителей на строительном рынке представляет собой 5 этапов и включает в себя: аналитическую часть, этап целеполагания, разработку стратегии, тактических решений и этап оценки реализуемых мероприятий. Далее автором статьи раскрываются более детально вышеперечисленные мероприятия.

Аналитический этап. На данном этапе осуществляется анализ внешней среды, который включает в себя анализ: бренда, конкурентов, потребителей, внешней среды и трендов.

Исходя из анализа отечественной и зарубежной литературы, автором статьи были выделены следующие тренды на строительном рынке в 2022–2023 году [2].

1. Применение современных технологий. Сейчас наблюдается рост строительства домов с помощью силикатного пазогребневого блока. Данный материал является распространенным в отделке стен в Германии.

2. Энергоэффективность домов. Сейчас важной составляющей является не только строительство «коробки» дома, но и последующее выгодное проживание в нем.

3. Экологичность. Большинство застройщиков постепенно переходят на полностью природные компоненты при строительстве и минимизации токсичных веществ.

4. Одноэтажные и малогабаритные дома. По сравнению с предыдущими годами, в 2021 году объем рынка малоэтажного строительства вырос на 23,4%. Рост популярности данного сегмента связан с меньшими финансовыми и временными расходами по сравнению со строительством многоэтажных конструкций.

5. Дом под ключ. В последние годы наблюдается тенденция к росту покупки квартир под ключ. Поскольку наем отдельной бригады, покупка материалов стоит значительно дороже, чем заказ комплексного ремонта у одной строительной компании.

6. Детальное изучение компаний-застройщиков. Согласно данным Росстата, в первом квартале 2022 года произошло резкое уменьшение заказов на покупку квартиры у отдельных застройщиков. Кроме этого, со строительного рынка ушли многие строительные компании. Одной из причин данной тенденции можно назвать – некачественное выполнение работ строительными компаниями. Большинство потребителей отдают свое предпочтение компаниям с продолжительным опытом работы на рынке, достаточно большим портфолио реализованных проектов и рекомендаций от знакомых, коллег и друзей.

7. Барнхаус и фахверк.Скандинавский стиль привнес изменение в предпочтения потребителей. Данный стиль напоминает архитектуру стран Центральной и Северной Европы. Главная особенность таких домов заключается в безрамном остеклении веранд, балконов, панорамные окна, минималистический стиль. Данные дома подчеркивают индивидуальность человека, проживающего в нем, его эстетические и вкусовые особенности, которые выделяют его на фоне других.

Для анализа внешней среды автором статьи рекомендуется использовать SWOT и PEST-анализ, что, в свою очередь, ляжет в основу выбора стратегии и разработки тактических решений. В таблице 1 представлена авторская модель анализа внешней среды, которая учитывает путь потребителя во взаимодействии с брендом.

Таблица 1

Авторская модель оценки внешней среды

Части пути потребителя	Факторы внешней среды			
Формирование осведомленности о бренде				
Принятие решения о взаимодействии с брендом				
Целевое действие				
Потребление				
Отношение с брендом				

После заполнения таблицы необходимо экспертным путем определить, какие факторы внешней среды:

- оказывают негативное влияние на бренд;
- не оказывают влияние на бренд;
- оказывают положительное влияние на бренд.

Исходя из аналитического этапа автором статьи были выделены следующие проблемы в строительной отрасли и пути их преодоления (таблица 2).

Таблица 2

Основные проблемы строительной отрасли и возможные пути их преодоления

Проблемы	Причины возникновения	Возможные пути решения
Недостаточное количество высококвалифицированных специалистов	1. Нехватка узкоспециализированных и универсальных специалистов по рабочим специальностям. 2. Использование труда приезжих из других стран людей, что часто отражается на качестве выполняемых работ и сроках.	1. Найм стажеров, с проведением внутреннего обучения. 2. Поиск высококвалифицированных специалистов в других регионах. 3. Привлечение выпускников с дальнейшими перспективами роста в компании. 4. Предоставление сотрудникам дополнительных мотивационных поощрений (например, дополнительный отпуск для повышения компетентности).
Регулярные ошибки при оформлении и подаче проектной документации	1. Одни из самых распространенных ошибок: передача неполного комплекта документов; несоответствие указанных цен с рыночными ценами; низкое качество предлагаемых проектировочных решений и профессионализм кадров.	1. Усиление контроля со стороны самой компании. 2. Привлечение специализированных компаний для проверки документации. 3. Работа над повышением квалификации кадрового состава.
Рост цен на строительные материалы, себестоимость квадратного метра, снижение покупательской способности населения	1. Введение санкций. 2. Рост ключевой ставки Центрального банка. 3. Рост инфляции. 4. Снижение покупательской способности населения. 5. Внешнеполитическая ситуация в мире. 6. Рост тревожности и неопределенности в обществе.	1. Использование местных стройматериалов. 2. Импортозамещение ввозимых в Россию отдельных компонентов для производства. 3. Рост производительности труда. 4. Предоставление и внедрение различных льготных ипотек, скидок. 5. Изменение технологического процесса при строительстве домов (например, переход на крупнопанельное строительство).
Снижения качества вводимого жилья в эксплуатацию	1. Ошибка на стадии проектирования жилого здания. 2. Нарушение технологий при строительстве. 3. Низкоквалифицированные рабочие. 4. Отсутствие должного контроля над застройщиками.	1. Изменение многих градостроительных норм, ГОСТов, СНИПов, технической и иной документации. 2. Создание отдела контроля, как со стороны застройщика, так и со стороны города, либо привлечение независимых экспертов. 3. Ежегодное повышение квалификации сотрудников, обучение.

Итогом составления авторской модели оценки внешней среды, является понимание ситуации брендом на рынке и факторов, над которыми необходимо работать в дальнейшем, которые следует учесть при разработке тактических решений.

Для анализа бренда, автором статьи, рекомендуется использовать следующие модели: ДНК бренда, «Колеса бренда», пирамиду бренда. Использование модели ДНК бренда при анализе может помочь определить рациональные и эмоциональные преимущества бренда, брендовое предложение и брендовый имидж [6].

Одним из самых важных этапов, является анализ целевой аудитории. Здесь необходимо тщательно провести глубинные интервью, массовый опрос потребителей на строительном рынке и на основании полученных результатов, в ходе исследования, определить модель поведения потребителей. Для анализа целевой аудитории могут использоваться разного рода модели, например, пирамида Маслоу, 5W, метод пяти вопросов Шеррингтона и другие.

Второй этап – целеполагание. На данном этапе проводится определение целей разрабатываемой новой стратегии управления опытом потребителей. Стоит отметить, что цели новой стратегии управления опытом потребителей обязательно должны быть согласованы с целями бренда.

Третий этап – разработка стратегии управления опытом потребителей. Автором статьи были разработаны три стратегические альтернативы.

1. Стратегия с ориентацией на модель поведения. Ключевая особенность данной стратегии заключается в адаптации бренда под существующую модель поведения потребителей на рынке.

2. Стратегия с ориентацией на рынок. При выборе данной стратегии, акцент при проектировании новой системы управления опытом потребителей, делается на основе трендов, бенчмаркинга.

3. Стратегия с ориентацией на продукт. Данная стратегия исходит из того, что бренд самостоятельно принимает решение о том, как конечный потребитель будет воспринимать его продукт.

Стоит помнить о том, что выбор той или иной стратегии неразрывно связан с итогом аналитического этапа и ложится в основу разработки тактических решений.

Четвертый этап – разработка тактических решений. Исходя из выбранной стратегии на предыдущем этапе, разрабатываются тактические решения, которые соответствуют результатам аналитического этапа и этапа целеполагания.

Пятый этап – оценка эффективности реализуемых тактических решений. На данном этапе происходит реализация тактических решений, предложенных на предыдущем этапе. Главным условием является, постоянный мониторинг метрик эффективности на протяжении всего периода реализации проекта.

Таким образом, разработанный метод управления опытом потребителей на строительном рынке может помочь брендам решить ряд задач. Такой подход способен «изнутри» открыть бренду настоящие переживания, боль и потребности целевой аудитории, а также правильно выстроить позиционирование продукта. Стоит помнить о том, что впечатления – это часть любого продукта, которые приобретает покупатель вместе с товаром, услугой. Положительные эмоции от покупки ведут к ряду положительных эффектов для бренда, например, повторная покупка, рекомендация друзьям, знакомым. Поэтому для эффективного взаимодействия бренда и потребителя, необходимо работать над каждым элементом пазла, для составления единой, положительной картины у потребителя.

IV. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, что для достижения эффективного долгосрочного функционирования и успешного развития компании на рынке, необходимо уделить внимание формированию эмоциональных связей с потребителем, что, в свою очередь, может привести:

- к повышению узнаваемости бренда на рынке;
- к повышению конкурентоспособности бренда;
- к формированию правильных взаимосвязей между брендом и потребителем;
- образ бренда в глазах потребителей будет иметь целостную структуру.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1.Савостин Д. А., Землянная А. С. Управление потребительским опытом, как основа сильных брендов // Скиф. 2020. № 6 (46). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-potrebitelskim-opytom-kak-osnova-silnyh-brendov (дата обращения: 05.10.2022).

2. Пять главных трендов строительства в 2022 году. URL: https://smeta-na.ru/ (дата обращения: 10.10.2022).

3. Спасти строительную отрасль: задачи, вопросы, возможные решения. URL: https://realty.rbc.ru/news/623ab4399a794720ae23e0bc?ysclid=l9nw3cueee812809803 (дата обращения: 07.10.2022).

4. Комарова А. В. Развитие строительной отрасли на современном этапе // Экономика нового мира. 2020. № 3 (18). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-stroitelnoy-otrasli-na-sovremennom-etape (дата обращения: 25.10.2022).

5. Обзор строительной отрасли в России 2020–2022: прошлые успехи и новые вызовы. URL: https://journal.open-broker.ru/analitika/obzor-stroitelnoj-otrasli-v-rossii/?ysclid=l9jzfxox9g44590860 (дата обращения: 07.10.2022).

6. Фурсов В. А., Лазарева Н. В. Когнитивный маркетинг как методология формирования моделей потребления // Kant. 2015. № 3 (16). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnyy-marketing-kak-metodologiya-formirovaniya-modeley-potrebleniya (дата обращения: 13.10.2022).

УДК 336.71:004

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ НА РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОЙ ЭКОСИСТЕМЫ

А. С. Постаромова

Казанский инновационный университет имени В. Г. Тимирясова, г. Казань, Россия

A. S. Postaromova

CHOU VO "Kazan Innovative University named after V. G. Timiryasov, Kazan, Russia

Аннотация. В данной статье рассматривается тема внедрения цифровых технологий в банковские системы, которая является актуальной в эпоху цифровизации. Определено влияние цифровой трансформации на банковскую сферу с помощью анализа продуктов банков. К методам исследования, примененным в процессе исследования, отнесены сравнение, измерение и анализ. Показаны проблемы и перспективы развития банковской экосистемы СБЕР в условиях цифровой трансформации экономики.

Ключевые слова: банковская сфера, экосистема, цифровизация, цифровые технологии

I. ВВЕДЕНИЕ

Банковские экосистемы начали свое развитие недавно, но уже занимают важное место в ряде инноваций финансового сектора. Банки расширяют границы своих возможностей, позволяя внедрять продукты и услуги компаний небанковского сектора. Такие авторы, как А. Киракисянц, И. Королев, Р. Нурмухаметов, Л. Пригода, Н. Протас и Е. Чернышева дали отличную базу для исследования данной темы.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Задачей исследования является сравнение экосистем Сбербанка и Тинькофф банка и определение влияния цифровых технологий на их деятельность.

III. ТЕОРИЯ

Под экосистемой можно понимать взаимосвязанную группу субъектов, которые вносят вклад в развитие друг друга путем поддержки и продвижения продуктов [1]. В виду цифровизации эти субъекты располагаются на специально созданной технологичной платформе, которая удобно используется как разработчиками, так и потребителями предлагаемой продукции.

Цифровая трансформация является наиболее важным фактором в общей стратегии трансформации бизнеса, и, хотя она не является единственным фактором, она определяет успех или неудачу усилий по внедрению инноваций. Правильная технология в сочетании с сотрудниками, процессами и задачами позволяет организациям быстро реагировать на простои или бизнес-возможности, удовлетворять меняющиеся требования клиентов и стимулировать будущий рост и инновации иногда неожиданными способами.

Цифровая трансформация предполагает интеграцию цифровых технологий и решений во все сферы бизнеса. Развитие дистанционного обслуживания значительно повлияло на рост банковских экосистем в России, многие банки стараются угодить клиентам, предлагая им постоянно увеличивающийся функционал.

Таким образом, существуют компоненты экосистемы, которые определяют ее сущность:

1. Создание единой цифровой платформы, без которой невозможно эффективно развить экосистему в условиях глобальной цифровизации. Так, например, у Сбера есть платформа «Platform V», которая направле-

на на реализацию стратегических финансовых и нефинансовых целей компании. Суперприложение Тинькофф банка также имеет большую популярность, так как оно совмещает финансы, досуг и другие сферы жизни людей. Другие банки тоже не отстают в этом плане, так как это повысит эффективность и рентабельность их деятельности в долгосрочной перспективе.

2. Клиентоориентированность деятельности, которая выражается в широком спектре предоставления услуг. И в условиях цифровой трансформации такая концепция удовлетворения потребностей и нужд потребителя, несомненно, скажется на успешном развитии как отдельных продуктов, так и компании в целом. Тут даже важно то, что целью реализации экосистемы могут стать не только потребители, но и сотрудники, сообщества и акционеры.

3. Правильное построение системы, которая позволит устанавливать взаимоотношения между партнерами, тем самым собирая базу данных о клиентах. Благодаря этому будет проще масштабировать и обслуживать рынки, опираясь на персонализированный подход к каждому клиенту [2].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Рассмотрим влияние созданий экосистем на примерах конкретных банков.

Например, Сбер, который за счет экосистемы предлагает услуги в страховании, логистике, лизинге; с помощью нее теперь можно заказать еду в СберМаркете или DeliveryClub, купить лекарства в Сбер Еаптеке или позвонить другому человеку через оператора СберМобайл, который работает на базе Tele2, но также может подключиться к любой другой сети. А всего в экосистеме Сбера можно насчитать более 40 компаний.

e-commerce	**Фудтех и мобильность**	**B2B сервисы**	**Цифровые непрофильные активы**
СберЛогистика	2ГИС	SberCloud	ЦРТ
СберАвто	Delivery Club	СберСервис	СберДевайсы
СберМегаМаркет	FoodPlex	СберА	СберМобайл
СберМаркет	Ситимобил	СберРешения	VisionLabs
Сбер Еаптека	Кухня на районе	СберКорус	Диалог
Самокат	Ситидрайв	BI.ZONE	Домклик
		СберАналитика	Работа.ру
Развлечения	**Здоровье**	Эвотор	СберМаркетинг
Okko	SberMedAI	Cognitive Pilot	Segmento
СберЗвук	СберЗдоровье	InSales	SberAutoTech
Rambler&Co		Деловая среда	СберУслуги
Союзмультфильм		Объединенное Кредитное Бюро	Jivo

Рис. 1. Сервисы экосистемы Сбера

Источник: составлено автором на основе данных tadviser [3]

У Сбера было несколько неудачных попыток выстроить свою экосистему. В 2017 году компания активно вела переговоры с китайской компанией Alibaba о создании совместного e-commerce предприятия, но это ни к чему не привело. В этом же году Сбер договорился с Яндексом о ведении совместного дела на основе «Яндекс.Маркета», но в 2020 году партнерство было разорвано. Яндекс выкупил долю Сбера в «Яндекс.Маркете» (45%), а Сбер стал единственным владельцем платежной системы «Яндекс.Деньги», выкупив у Яндекса его долю. На самом деле, взаимоотношения у компаний были непростые: параллельно с ведением партнерства с Яндексом, Сбер создал совместный «O2O холдинг» с Mail.ru Group (нынешнее название – VK) – главным конкурентом Яндекса. Поэтому Яндекс решил вести бизнес самостоятельно, как он и делал раньше, развивая свои сервисы доставки еды и товаров, заказа такси [4].

В экосистеме Сбера существует специальный Сбер ID, с помощью которого можно получить доступ ко всем услугам, даже не имея банковской карты Сбербанка. Это удобно не только, потому что клиенту не нужно постоянно вводить реквизиты платежной карты, но и потому что разработчикам проще контролировать весь

процесс и обеспечивать его защиту. Кроме того, экосистема имеет способность подстраиваться под интересы и нужды потребителя и может подобрать индивидуальные рекомендации товаров, услуг и уникальных акций. Подпиской СберПрайм, которая увеличивает спектр предложений и их условия, пользуется уже более 3 млн человек. А в целом экосистемой пользуются больше 100 млн человек [5].

В 2022 году Сбер решил провести реорганизацию своей экосистемы, поделив ее на B2B-бизнес (для юридических лиц) и B2C-бизнес (для физических лиц). Помимо этого, электронная коммерция (e-commerce) выделится в отдельный холдинг [6].

За время существования экосистемы, Сбер лишь наращивает убытки. И несмотря на рост выручки, за 9 месяцев 2021 года убыток Сбербанка от нефинансового бизнеса составил 32,2 млрд рублей. При этом общие вложения в проект, начиная с его запуска, насчитывают более 2 миллиардов долларов [7].

В виду санкций весной 2022 года Сберу пришлось выйти из капиталов некоторых сервисов своей системы, но они все еще являются частью экосистемы. Это привело к спаду количества активных пользователей и также приведет к уменьшению выручки за отчетный период.

Можно говорить о том, что Тинькофф уступает Сбербанку по количеству входящих в экосистему структур по одной лишь причине: у Тинькофф Банка нет капитала, чтобы выкупать отдельные бизнесы и стартапы, поэтому он договаривается с ними на партнерской основе.

Тинькофф, являясь третьим крупнейшим банком в России, привлекает к своей деятельности более 25 млн человек. И отличается структура экосистемы тем, что банк фокусируется на финансовых и лайфстайл услугах. В экосистеме Тинькофф банка можно выделить следующие элементы:

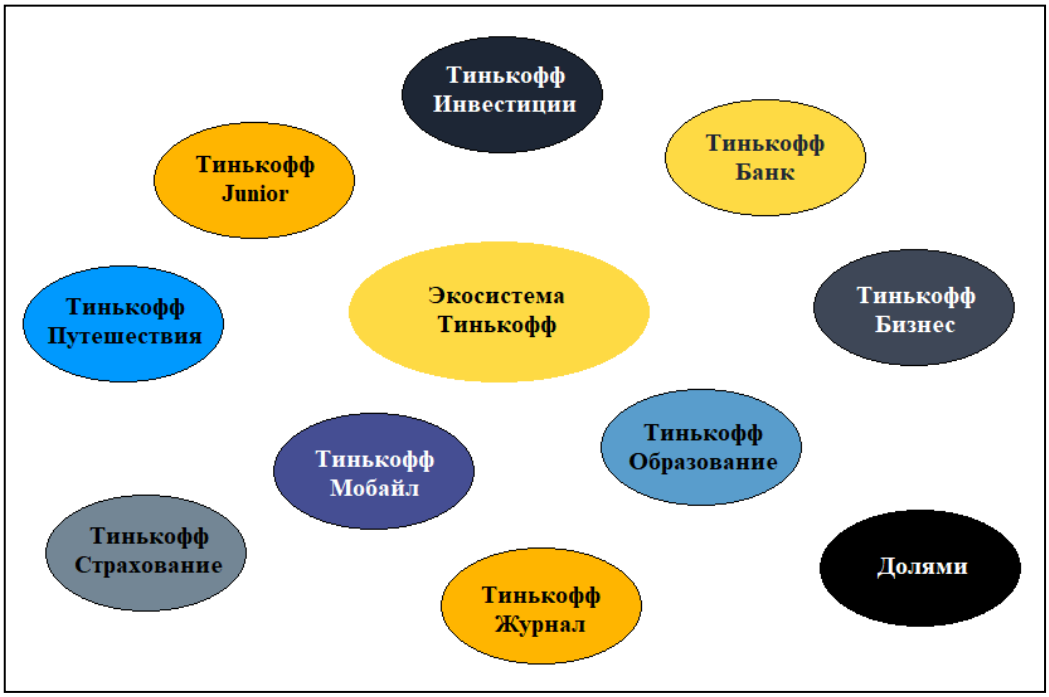


Рис. 2. Экосистема Тинькофф банка

Источник: составлено автором

Как и Сбербанк, Тинькофф внедрил в свою экосистему Тинькофф ID, позволяющий пользоваться сторонними сервисами без дополнительной регистрации. В цифровом развитии, как мне кажется, у Тинькофф банка больше преимуществ, так как, изначально не имея контактных отделений, компания строила свой бизнес, опираясь на цифровые инструменты – и суперприложение банка тому подтверждение. Большинство внутренних систем и продуктов банка разработаны собственными IT-специалистами.

Кроме того, Тинькофф развивается и в сфере образования, деятельность направлена не только на обучение школьников, но и на сотрудничество с вузами страны для расширения возможностей студентов в их карьере. В 2019 году компания получила образовательную лицензию, а в 2022 стипендиальную программу для студентов технических вузов [8].

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Таким образом, можно выстроить сравнительную характеристику банков по нескольким критериям (табл. 1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика банковских экосистем на примере Сбербанка и Тинькофф банка

Критерии	Сбербанк	Тинькофф Банк
Год основания	2020	2018
Базовый бизнес	Банк	Банк
Модель экосистемы	Выкуп доли у компаний, создающих свои сервисы	Заключение партнерских соглашений
Количество сервисов	Более 50 компаний-сервисов	Более 120 сервисов
Единая точка входа	СберID	Суперприложение + Тинькофф ID
Платформа	Продукты и услуги представлены на нескольких сайтах, приложениях	Все сервисы представлены в одном мобильном предложении
Количество активных клиентов	На начало 2022 года - 101,5 млн человек	На начало 2022 года - 19,5 млн человек
Стратегическое позиционирование	Система сервисов для жизни и бизнеса	Финансовые и лайфстайл услуги
Сильные стороны	Финансовые ресурсы	Интернет-банк
Финансовые результаты	За 2021 год - убыток в размере 2,6 млрд руб.	За 2021 год - прибыль составила 4,93 млрд руб.

Источник: [9].

Исходя из сравнительной характеристики, можно говорить о разных стратегиях банков, отчего наблюдается разный финансовый результат. Наличие разных возможностей построения бизнеса также сказывается на развитии: если у Сбера есть финансовый потенциал «скупать» своих партнеров, то Тинькофф настроен на заключение партнерских соглашений. От этого разнообразие сервисов не сильно отличается – каждому есть, что предложить своему клиенту. Но также важной задачей является сохранение клиентской базы и наращение лояльности, чтобы клиенты не уходили от них.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Таким образом, изучив две значительно различающиеся экосистемы можно сделать вывод об их эффективности. И в условиях цифровизации компаниям будет проще развиваться и продвигать сервисы.

Вовлеченность банков в эту сферу, конечно, повлияет на рост их комиссионных доходов в будущем. Однако любые новшества могут вести за собой риски или непредвиденные ситуации и банкам нужно быть готовыми к ним. Умение быстро адаптироваться под меняющиеся условия банка – вот главная задача, способствующая развитию экосистем при цифровой трансформации.

И все-таки, даже несмотря на возможность рисков и наличие трудностей, банковская экосистема кажется намного более эффективной обычных банковский систем, так как это тесным образом переплетается с жизнями людей, которые пользуются услугами сервисов – это упрощает их жизнь, позволяет сэкономить время и получить льготы.

Кроме того, важно уделить внимание урегулированию экосистем в условиях цифровизации: защита прав потребителей, поддержка национальных платформ и содействие их участию в деятельности экосистем, контроль уровня конкуренции и поддержка внутренней конкуренции для обеспечения оптимального режима рынка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Пригода Л. В., Аликаева М. В., Чекеревац З. Банковские экосистемы и маркетплейсы: тенденции цифровизации // Новые технологии. 2020. Т. 16, № 6. С. 132–138. DOI 10.47370/2072-0920-2020-16-6-132-138.

2. Нурмухаметов Р. К., Воскресенская Л. Н., Мясникова Е. Б. Банковские экосистемы в России: сущность, виды, регулирование // Финансовые рынки и банки. 2021. № 8. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/bankovskie-ekosistemy-v-rossii-suschnost-vidy-regulirovanie (дата обращения: 24.09.2022).

3. Tadviser – информационный источник. URL: https://www.tadviser.ru/index.php (дата обращения: 24.09.2022).

4. Королев И. Как «Яндекс» и Сбербанк делили «Яндекс.Маркет» и подбрасывали монетку // Cnews. 2022. URL: https://www.cnews.ru/news/top/2022-09-21_kak_yandeks_i_sberbank_delili (дата обращения: 24.09.2022).

5. Экосистема Сбера. URL: https://spec.tass.ru/sber180/ekosistema-sbera (дата обращения: 24.09.2022).

6. Чернышова Е., Мордовина М., Ясакова Е. «Сбер» объявил о реформе экосистемы. Что важно знать // РБК. 2022. URL: https://www.rbc.ru/finances/15/02/2022/620ba0019a79477dc26cdd0a (дата обращения: 24.09.2022).

7. Киракасянц А. Сбербанк увеличил убыток от экосистемы // Frank RG. 2021. URL: https://frankrg.com/53951 (дата обращения: 24.09.2022).

8. Новости Тинькофф Банка. URL: https://www.tinkoff.ru/about/news/11082022-over-25-million-people-become-tinkoff-ecosystem-clients/ (дата обращения: 24.09.2022).

9. Протас Н. Г., Лопатина К. О. Опыт российских коммерческих банков в формировании экосистем // Актуальные вопросы современной экономики. 2022. № 6. С. 467–471.

УДК 004.8

АНАЛИЗ ПЕРЕДОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРИМЕРЕ БЕСПИЛОТНОГО ТАКСИ

М. А. Родичев

Калужский филиал Финуниверситета, г. Калуга, Россия

M. A. Rodichev

Kaluga Branch of the University of Finance, Kaluga, Russia

Аннотация. Статья посвящена изучению рынка передовых технологий. Передовые технологии не стоят на месте, создаются различные системы для автоматизации, начинают 3D печать костных имплантов, проводят VR-тренировки, прогрессирует развитость нейросетей. Эти технологии уже принесли свои результаты в 2021-2022 годах. В статье приведена оценка применения передовых технологий, в частности беспилотного такси с нейросетью.

Ключевые слова: беспилотный автомобиль, такси, передовые технологии.

В настоящее время необходимость перехода на автоматизацию стала набирать обороты. Так серийный автомобиль бизнес-класса, на борту умная электроника, она вместо водителя за рулем хоть и сидит человек, но он выступает скорее, как пассажир.

Известная российская IT компания, занялась беспилотниками несколько лет назад, сейчас в их парке около 170 умных машин каждую отличает выдающийся обвес с умными глазами, искусственное зрение автомобиля способны видеть на 360 градусов. Камера расположена на крыше автомобиля и в целом по периметру, то есть все сенсоры расположены таким образом, что где бы ни находился объект поблизости от автомобиля, его видели бы сразу все 3 сенсора поэтому именно таким образом можно собрать максимально детальную информацию. [1]

На машине стоят сразу несколько типов сенсоров: камеры, радары и лидары и работают сообща, что позволяет управляющему компьютеру лучше видеть и понимать, что происходит. Управляет беспилотным автомобилям компьютерная программа, она дает команды ускоряться, тормозить, включить нужную передачу, руль

система поворачивает, используя штатный сервопривод, разработчики утверждают, что алгоритмы делают все это быстрее и точнее, чем человек. [2]

У компании не было ни одного ДТП по вине технологии, компьютерный софт, который управляет беспилотником, использует алгоритмы искусственного интеллекта - эта нейросеть, которая постоянно обучается. Множество ситуаций на дороге невозможно предугадать и это всегда давало преимущество человеку с его богатым опытом, но компьютер и здесь перехватил лидерство. Хорошо обученная нейросеть показывает результаты как бывалый водитель, а иногда и лучше. [3]

Беспилотный автомобиль умеет предсказывать намерения водителей, их траекторию и быстро на это реагирует. Разработчики регулярно отправляют машины по одним и тем же маршрутам, чтобы, как и обычный человек за рулем они оказывались в разных дорожных обстоятельствах, набирались опыта причем навыки, который приобретает каждая машина она передает по сети остальным машинам по беспилотному автопарку. Коллективный опыт поездок выйдет машин более 13 миллионов километров. Человеку для такого результата пришлось бы провести за рулем 150 лет.

Сейчас уже на текущем этапе автомобиль может проехать таганской развязку в Москве в час пик абсолютно безопасно. Автомобиль не создаст никакой аварийной ситуации, однако ему потребуется чуть больше времени для принятия решений, чем обычному водителю. Сервис уже запустили на закрытых территориях, например, в Наукограде в городе Иннополис под Казанью. [4]

Беспилотные автомобили начали свою работу в Иннополисе в августе 2018 года. С тех пор они совершили больше 20 тысяч поездок. Количество поездок зависит от погоды и сезона. Например, летом жители города вызывают машину 40–50 раз в день, а зимой почти в два раза чаще — 70–80 раз.

Власти города сделали опрос, в нем участвовало 358 человек из них: 53% людей регулярно пользовались услугами такси. Обычно же вызывают машину люди, которым нужно добраться до работы или учебы и обратно. Но большая половина использует свой транспорт (рис. 1).

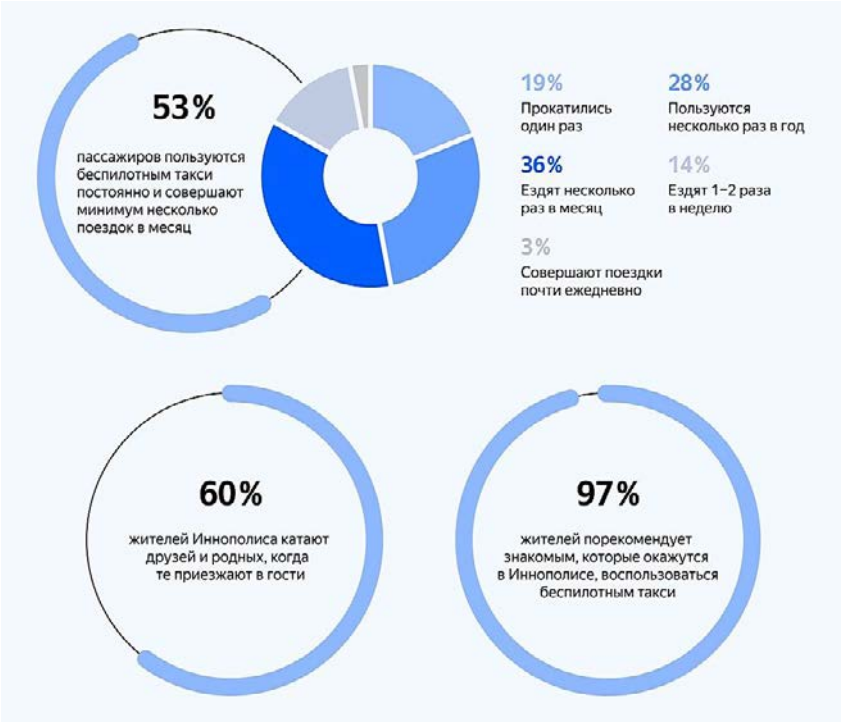


Рис. 1. Опрос жителей города Иннополис
на отношение к беспилотному транспорту

Кто бы мог подумать, но люди достаточно быстро адаптировались к тому, что в автомобиле отсутствует водитель. 93% заявило, что адаптироваться они стали в течение пяти минут. 3,5% высказались о том, что даже после нескольких поездок они не могут привыкнуть (рис. 2).

Пассажиры оставили положительные отзывы и комментарии по поводу поездок и назвали пару преимуществ беспилотного автомобиля: безопасность поездок, аккуратность вождения и отсутствие необходимости взаимодействовать с водителем. А также в комментариях указали, чтобы они увеличили точки посадок и работали над тем, чтобы автомобиль мог заезжать во дворы.



Рис. 2. Статистика по адаптивности людей к беспилотному такси в Иннополисе

Ряд стран уже делают активные шаги в этом направлении. Россия в целом в их числе, но на первых местах это США и Китай, где уже беспилотные автомобили могут ездить на дорогах общего пользования. Еще несколько автономных машин этой российской разработки тестируется в Израиле и США, там беспилотники уже начинают вытеснять привычные авто с рынка, ведь все хотят быть первыми в этой гонке. Беспилотники - большой и перспективный рынок который притягивает огромные инвестиции.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Е. В. Губанова, Калужский филиал Финуниверситета, г. Калуга, Россия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1.Яндекс запустит беспилотное такси. URL: https://hinews.ru/auto/v-fevrale-yandeks-zapustit-bespilotnoe-taksi-kto-smozhet-egozakazat.html (дата обращения: 28.10.2022).

2. Беспилотное такси в Иннополисе: цифры и факты. URL: https://yandex.ru/blog/company/bespilotnoe-taksi-v-innopolise-tsifry-i-fakty (дата обращения: 28.10.2022).

3. Андрей А. Когда и где поедет беспилотное такси в Москве. URL: https://www.kp.ru/daily/27351.5/4532164/ (дата обращения: 28.10.2022).

4. Беспилотные такси поедут по Москве. URL: https://yandex.ru/blog/company/bespilotnye-taksi-poedut-po-moskve (дата обращения: 28.10.2022).

УДК 336.71:004.738.5

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ РОССИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И МЕССЕНДЖЕРАХ

С. А. Рыбалкина

Омский государственный технический университет г. Омск, Россия

S. A. Rybalkina

Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В данной статье проанализирована популярность банков России в медиа-пространстве, определены ключевые преимущества и недостатки деятельности кредитных организаций в социальных сетях и мессенджерах, как современного способа продвижения финансовых продуктов и услуг. На основе проведенного исследования была составлена таблица, отображающая количество аудитории банков в Интернете, а также выделены общие тенденции в данном направлении развития

бизнеса. Кроме того, был сделан вывод о том, что активная жизнь банка в социальных сетях является эффективным инструментом в привлечении клиентов.

Ключевые слова: банк, социальные сети, маркетинговая деятельность, мессенджеры, цифровизация.

I. ВВЕДЕНИЕ

Современное общество - это общество высоких технологий. Очевидным фактом является то, что социальные сети стали неотъемлемой частью в повседневной жизни людей. Практически все коммуникации перенеслись в Интернет-пространство. Это объясняется тем, что социальные сети являются мощным инструментом для привлечения потенциальных клиентов и рекламы своих услуг в современном маркетинге.

Проблема взаимодействия с действующими и потенциальными клиентами является особо актуальной, так как различные коммерческие организации, в том числе и финансовые, находятся в поисках новейших подходов и стратегий развития своего бизнеса путем привлечения потребителей.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

В ходе исследования была поставлена следующая цель работы: изучение и анализ деятельности банков в социальных сетях.

Задачи работы:

- Изучить деятельность банков в социальных сетях;
- Выявить наиболее популярные социальные сети среди банков России;
- Проанализировать преимущества и недостатки данного подхода в привлечении клиентов для финансовых организаций.

III. ТЕОРИЯ

Сегодня все больше банков выходит в Интернет-пространство для взаимодействия с клиентами и привлечения новой аудитории, продвижения своих финансовых продуктов и услуг. Социальные сети – это своеобразный мир, где люди получают информацию, узнают новости, общаются, заводят знакомства, просматривают фото- и видеоматериалы, а также совершают покупки [1, с. 142].

Что касается банков, можно отметить активную интеграцию в социальные сети своей маркетинговой стратегии. Например, создание полезного контента, предоставление информации в простом и доступном виде для потребителя. Таким образом, банк проще получает доверие клиентов и возможность для роста и развития.

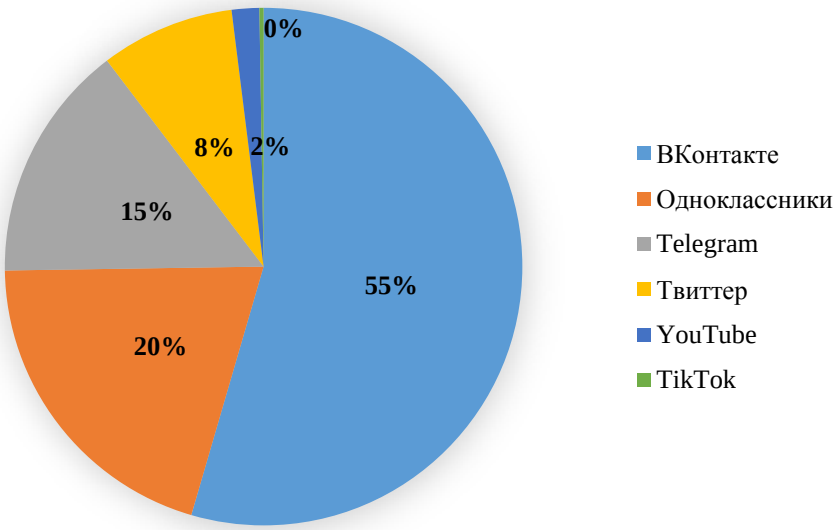


Рис. 1. Количество подписчиков в социальных сетях банков

В современных условиях происходят существенные изменения в мире социальных сетей. В силу введения ряда ограничений для Instagram (запрещенная организация в РФ) и TikTok, альтернативным вариантом ведения банками социальных сетей становится Telegram. Его популярность, если оценивать число аккаунтов,

лишь за первый квартал 2022 года выросла втрое. Основной платформой русскоязычных пользователей, все же, остается ВКонтакте. Об этом свидетельствует не только число аккаунтов кредитных организаций, но и доли их подписчиков. Более половины суммарной аудитории являются как раз «фолловерами» из ВКонтакте [2].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

1. Анализ наиболее популярных социальных сетей среди банков России

Изучая маркетинговую деятельность банков в социальных сетях, была составлена таблица, в которой отображены самые популярные платформы по количеству подписчиков среди 6 крупнейших банков России: Сбербанк, Тинькофф, Альфа-Банк, ВТБ Банк, Совкомбанк и Росбанк:

Таблица 1

Аудитория банков в социальных сетях

Социальные сети и мессенджеры	Банки России					
	Сбербанк	Тинькофф	Альфа-Банк	ВТБ Банк	Совкомбанк	Росбанк
Вконтакте	3100 тыс.	865,4 тыс.	310 тыс.	172 тыс.	72,9 тыс.	27,8 тыс.
Telegram	455,7 тыс.	240,7 тыс.	463,3 тыс.	189,7 тыс.	13 тыс.	32,7 тыс.
Одноклассники	2000 тыс.	162 тыс.	44 тыс.	51 тыс.	29 тыс.	-

Результаты проведенного исследования представлены в диаграмме (рис. 2):

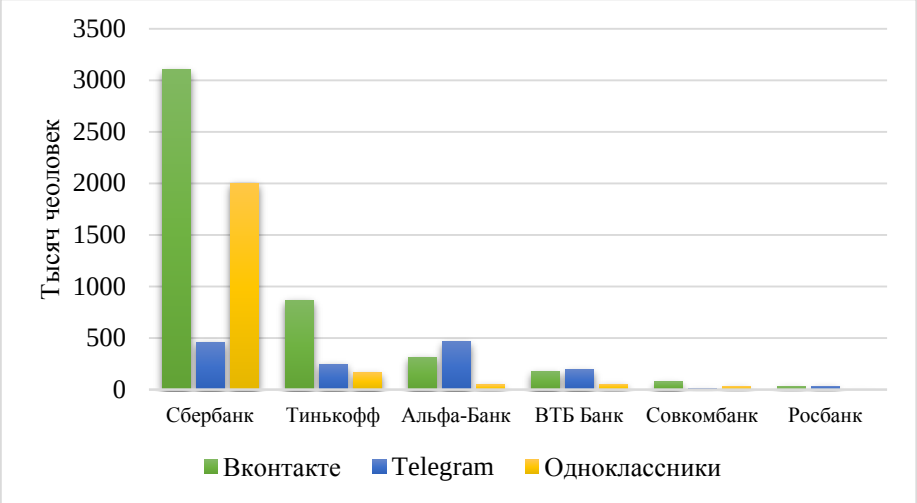


Рис. 2. Аудитория банков в социальных сетях

Выделим следующие общие тенденции на основе данных анализа:

Наиболее массовая и популярная социальная сеть, представляющая интерес для многих коммерческих структур, в том числе и банков, это социальная сеть «ВКонтакте». Коммерческие банки стремятся активно использовать информацию данного контента и размещать в нем рекламу. Эта популярность связана с тем, что «ВКонтакте» есть функция прямой коммуникации, то есть любой пользователь может написать сообщение банку для получения необходимой информации [3, с. 242].

Все большую популярность набирают аккаунты банков в Одноклассники и Telegram. В первой социальной сети преобладают люди старшего поколения, которым удобно видеть всю необходимую информацию и новости в одном пространстве. Telegram же показал колоссальные темпы роста подписчиков, так как является одним из самых популярных мессенджеров среди молодежи. С помощью ботов в Telegram-каналах публикуются различные новости, выгодные предложения и посты про финансовую грамотность, что, несомненно, полезно для молодых людей.

2. Преимущества и недостатки данного подхода в развитии бизнеса

Среди всех Интернет-ресурсов социальные сети обладают самой большой и активной аудиторией, поэтому увеличение траффика с помощью размещения информации о банке в социальных сетях является эффективным маркетинговым решением [4, с. 50].

Положительные аспекты активности банка в медиапространстве являются факторами эффективности продвижения финансовых услуг.

Преимущества:

- Охват огромной аудитории (т.е. потенциальных клиентов);
- доступность для большого количества людей;
- учет предпочтений и пожеланий клиентов;
- возможность выхода на международный уровень;
- высокая эффективность рекламы в социальных сетях при сравнительно низких расходах.

К недостаткам можно отнести следующие положения:

- Дополнительные расходы на содержание SMM-отдела и составление бизнес-плана;
- необходимость поиска грамотных специалистов;
- каждая социальная сеть имеет свои возможности и правила, которые не всегда могут подходить для реализации целей организации;
- возможность испортить репутацию.

Компании публикуют на своих страницах полезную информацию о продукции, проводят розыгрыши и конкурсы среди подписчиков, взаимодействуют с известными личностями и блогерами. На первый взгляд данные мероприятия могут показаться развлечением, однако это мощный инструмент формирования лояльности к бренду [5, с.148].

В ходе анализа сделан вывод, что преимуществ ведения социальных сетей банком все-таки больше, они способствуют эффективному развитию организации и привлечению потенциальных клиентов. Однако, обращаясь к недостаткам, банкам рекомендовано учитывать специфичность предлагаемых продуктов и конкуренцию, которая растет с каждым днем, а также быть внимательными и тактичными в общении с клиентами.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе работы была изучена и проанализирована деятельность кредитных организаций в социальных сетях. Для решения поставленных задач были выявлены наиболее популярные социальные сети среди банков России, а также выделены преимущества и недостатки данного подхода в привлечении клиентов.

На основании исследования можно сделать вывод о том, что крупные российские банки представлены во многих социальных сетях и активно развивают их. Кроме того, социальные сети и мессенджеры в руках опытных специалистов -это сильнейшая маркетинговая арена, которой практически нет равных в современных условиях, что позволяет банкам эффективно продвигать свои продукты и услуги в Интернете.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАПНИЯ, БЛАГОДАРНОСТИ,

Научный руководитель: старший преподаватель кафедры "Менеджмент и сервис" ОмГТУ Белолобова Анна Александровна.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Артемьева О. А. Особенности применения социальных сетей в маркетинговой деятельности банков // Этап: экономическая теория, анализ, практика. 2020. № 4. С. 141–150.

2. Исаев Ю. В. Крупнейшие в соцсетях банки I квартала 2022 года. URL: https://brobank.ru (дата обращения: 24.09.2022).

3. Орлова И. А., Карташова О. Ф. Информационные ресурсы социальных сетей в деятельности коммерческих банков // Инновационные технологии в машиностроении, образовании и экономике. 2019. Т. 22, № 2. С. 240–244.

4. Тумилович М. А. Управление рекламными SMM-кампаниями в банковской сфере // Маркетинг и логистика. 2022. № 2 (40). С. 47–54.

5. Дацковская К. С., Парфенова Е. Н. Влияние SMM-маркетинга на современный бизнес // Экономический рост как основа устойчивого развития России: сб. ст. V Всерос. науч-практ. конф., посвящ. 30-летию образования налоговых органов РФ, 12–13 нояб. 2020 г. Курск, 2020. С. 144–149.

УДК 338.5

ЦЕНЫ И МЕХАНИЗМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Н. К. Сабирова
Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО ЦС РФ
«Российский университет кооперации», г. Казань, Россия

N. K. Sabirova
Kazan Cooperative Institute (branch) of ANOO IN the CA of the Russian Federation
"Russian University of Cooperation", Kazan, Russia

Аннотация. В статье рассмотрены теоретико-методические аспекты определения стоимости в условиях рыночной экономики. Показано влияние цены на доход каждого предприятия, развитие рынка и экономики страны, выбор потребителя. Особое внимание уделено вопросам процесса формирования цены, позволяющим определить общий объём и структуру деятельности каждого предприятия, уровень жизни общества.

Ключевые слова: цена, ценообразование, государственное регулирование цен.

I. ВВЕДЕНИЕ

По мнению Бубновой Т.В. ценообразование – достаточно сложный процесс, заключающийся в нескольких этапах, «нуждающихся выполнения тщательного и точного анализа, оценивания рынка, продукции и расходов, уровня конкурентоспособности и цены» [3, с. 137].

Многие толковые словари под ценой предлагают понимать «денежное выражение стоимости единицы продукции». Также встречается и немного иная формулировка термина, так Лящук А.С. предлагает следующее определение: «Цена отображает объём денежных средств, за который предприниматель готов отдать продукт, а покупатель – приобрести его». Помимо того, цена определяется в качестве «основной экономической категории» [4, с. 123].

В таком случае следует говорить сразу о двух типах цен – цене продавца и цене покупателя. Первый тип стоимости подразумевает «количество денежных средств, которое продавец стремится получить от продажи», а второй тип цены предполагает «стоимость, которая определяет сумму денежных средств, которые потребитель может и согласен заплатить за продукт».

Особое внимание уделяется и рыночной цене, то есть, стоимости сделки или продажи товара, под которой принято понимать «стоимость, согласованная между продавцом и покупателем, цена, за которую будет реализован определённый продукт». Именно показатель цены определяет «величину дохода коммерческих предприятий, уровень конкурентоспособности предприятия и товара, финансовой стойкости организации».

Основная «движущая сила равновесия рыночной экономики государства определяется в качестве конкуренции». При этом, цена является «основным инструментом конкуренции, который позволяет перераспределить ресурсы».

Под ценообразованием толковые словари предлагают понимать «процесс образования цен на продукцию или услугу». Формирование процесса ценообразования следует начинать с «постановки целей и задач», которые особенно важны для деятельности определённого предприятия. Если чётко определить все цели, стоимость будет установить намного проще. Также важно понимать, что все предприятия обладают «индивидуальными особенностями и разными целями». Цена и используемые метод ценообразования являются основой для формирования конкурентоспособности предприятия в современных условиях [5, с. 98].

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Цель данного исследования заключается в необходимости изучения особенностей цены и ценообразования на современном рынке. Для достижения сформулированной цели необходимо решить перечень задач: рассмотреть сущность и основные факторы рынка, направленные на процесс ценообразования; дать определение термину «ценообразование», изучить основные методы образования цены; проанализировать особенности влияния государства на образование цены, придерживаясь условий рыночной экономики; изучить особенности образования цены в экономике Российской Федерации.

III. ТЕОРИЯ

Цена – «основной и самый главный аспект восприятия решения потребителя». Формирование цены – достаточно сложный процесс, с которым сталкивается абсолютно каждая организация, поскольку именно стоимость продукта определяет успех предприятия (количество продаж, показатель прибыли, получаемый доход).

Определение цены для определённой продукции или услуги необходимо для их дальнейшей реализации и для получения предприятием дохода. Особенно важно установить цену так, чтобы она не была ни завышена, ни занижена. При этом, показатель эффективности деятельности рынка и предприятий, определяется «грамотной системой образования цены».

Весь процесс образования цены должен отталкиваться от факторов, способствующих формированию рыночных цен, которые можно поделить на несколько групп:

- фактор спроса – фактор, направленный на «формирование стоимости спроса на продукцию, которую будет готов заплатить потребитель». Среди таких факторов следует выделить несколько аспектов: «платёжеспособный спрос (денежные средства, которые потребитель может выделить на покупку товара), показатель сбережений (покупательский резерв, выступающий в качестве временно свободных денежных средств), объём спроса (число товара, приобретаемого покупателем по установленной цене), перечень покупательских свойств продукции (то есть, качество товара) и полезность продукции (возможность удовлетворять потребности покупателя)»;

- фактор потребительского выбора – фактор, «направленный на определение показателя конкурентоспособности определённой продукции на рынке идентичных товаров» [6, с.152]. К данной группе относят следующие аспекты: «структура потребности потребителя и конкурентной продукции, направленной на удовлетворение всех потребностей; замещаемость продукта иными товарами; предельный показатель замещения продукции другой (количество продукции, которое может заметить установленную норму пользования данным продуктов); сопоставление конъюнктуры рынка определённой продукции, обладающей дополняющими товарами»;

- факторы предложения – факторы, направленные на «определение стоимости продукции, которую выбирает покупатель». Среди таких факторов следует выделить «количество продукции на рынке и рыночный показатель продавца, показатель запасов продукции у производителей, среднеотраслевой показатель издержек производства, показатель налогообложения для определённого типа бизнеса и среднеотраслевая норма дохода в исследуемом бизнесе и обыкновенные направления их деления»;

- факторы альтернативные производственным возможностям – факторы, которые состоят из «предельного показателя замещаемости продукции в применении возможностей производства, альтернативной технологии или факторов производственной деятельности, а также финансовая и экономическая эффективности производства, продажи товара».

Все перечисленные факторы, а также показатель их результативности, позволяют «установить необходимость предприятия производства и выпуска на рынке определённого товара, установления эффективной стоимости, придерживаясь наиболее оптимального объёма внедрения».

Основные цели ценообразования должны заключаться в необходимости «обеспечить выживаемость реализуемой продукции, достичь максимизации уровня дохода компании и удержания со стороны рынка». Ценообразованию характерны две главные системы:

- рыночное образование цены, которое «функционирует на основании взаимодействия спроса и предложения»;

- централизованное государственное образование цены, которое предполагает, что стоимость «формируется органами власти».

Также ценовой механизм предполагает выделение двух взаимодействующих компонентов – «цены, её разновидностей, структуры, размера и динамики изменений», а также «ценообразования в качестве метода, правила фиксации и формирования цен». При этом, ценообразование выступает в качестве «активного компонента всего механизма, который способствует предопределению объёма цены». Тем не менее, человек не видит процесс образования цены, поскольку он полностью скрыт. Как правило, он видит лишь результат, то есть, саму стоимость продукта или услуги.

Определение ценообразования продукта осуществляется, придерживаясь нескольких методов, которые можно разделить на три группы, отталкиваясь от особенностей и целей предприятия, либо продавца продукта:

- затратные методы, ориентированные на издержку производства;

- рыночные методы, направленные на рассмотрение конъюнктуры рынка;

- параметрические методы, которые «ориентируются на нормативы расходов, предназначенных для технико-экономического аспекта товара».

Чтобы более наглядно продемонстрировать особенности методов ценообразования, предлагаем рассмотреть рисунок1, в котором представлена классификация методов.



Рис. 1. Классификация методов ценообразования

Таким образом, формирование цены осуществляется, придерживаясь определённого метода, предназначенного для получения большего дохода в пределах конкретного рассчитываемого периода.

Ценообразование – процесс, который особенно важен не только для предприятий и покупателей, но и для экономики каждого государства. Для развития экономики страны были созданы специальные органы государственного управления, которые активно применяют несколько основных рычагов контроля: «установка налогов, ведение финансово-кредитной политики, проведение научно-технических и экономических программ, создание государственных заказов на производство товара государственной потребности».

Фиксирование цен продуктов и услуг контролируется государством по нескольким причинам:

- получить доступ к основной части населения в виде потребления продукции;

- определить уровень дохода некоторых групп поставщиков или производителей с целью покрыть издержки.

Если государство не будет контролировать процесс ценообразования, «экономика государства и некоторые предприниматели столкнуться со значительными трудностями». Так, выплата налогов «стимулирует и сдерживает предприятия и предложения на современном рынке, способствует уменьшению или повышению стоимости на товар и услугу».

Контроль ценообразования со стороны органов власти осуществляется, применяя несколько основных методов:

- установка списка товара, который может контролироваться органами власти;

- способствование нормированию рентабельности;

- установка предельного показателя стоимости и тарифа, скидок;

- проведение замораживания цен.

Помимо того, государство может оказывать воздействие на ценообразование, придерживаясь нескольких способов действий: «определять фиксированную стоимость продукции, устанавливать правила назначения стоимости товара, определять рыночные правила, среди которых составляются запреты на монополизацию».

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Современное положение экономики Российской Федерации предполагает «активное развитие и совершенствование хозяйственного механизма» деятельности государства. В таком случае крайне важно уметь отличать «частичные улучшения определённых компонентов, которые незначительны по глубине изменений, а также всеобъемлющие показатели преобразования в структуре». Если говорить о последнем показателе, следует отметить «процесс реформирования хозяйственных механизмов, который сегодня выступает в качестве сложнейшей проблемы отечественной экономики». Следовательно, главная задача современных исследователей – «определить и изучить изменения экономики, которые отображаются в определённых её составляющих, чтобы разработать модель новых механизмов хозяйствования».

Помимо того, отдельное внимание следует уделять тому, что «большинство иностранных экспертов отмечают необходимость реформирования системы образования цены». Как полагают учёные, «крайне важно выполнить не частичное совершенствование системы ценообразования, а провести радикальнейшую реформу образования стоимости, которая приведёт к перестройке ценового хозяйства России».

Возвращаясь к вопросу ценообразования в России, необходимо отметить «достаточно многогранный опыт государства, который «основывается как на жёстком централизованном управлении финансовым хозяйством, так и на попытках избавиться от денежного хозяйства, отменяя денежные средства и определяя безбрежность ценовой политики». Отталкиваясь от опыта прошлых веков, необходимо отметить «непременное условие для принятия верного решения в сфере ценообразования, способствования успешному дальнейшему развитию ценовой политики».

Так, начиная с 1992 года, с момента подписания Указа, ценообразование осуществляется предприятиями, отталкиваясь от «взаимосоглашения между покупателем и продавцом, которое закреплено контрактным договором». Это позволило планированию и контролю стоимости постепенно «замениться свободным рыночным образованием цен».

Именно поэтому особое внимание уделяется «более простым и результативным направлениям – либерализации стоимости».

При этом, «либерализация цен рассматривается в виде главного средства преобразования экономки, её перевода на отношения рынка».

Такой показатель объясняется не только «важным положением цен в экономике, но и обстоятельствами, предполагающими реформирование государственной экономики, которое не обладало развёрнутой программой действий» [1, с. 61].

Следовательно, особое внимание уделялось более простым в выполнении и результативным направлениям, то есть, либерализации ценовой политики.

Государственный контроль цен придерживается двух главных целей: «сдерживать увеличение цен на конкретные группы товара и мотивировать увеличение эффективности производства».

Так, органы власти Российской Федерации особенно «заинтересованы в сдерживании увеличения цен на жизненно-необходимую продукцию» [2, с. 29].Придерживаясь такого аспекта, Правительство полностью поддерживает сторону потребителя.

Тем не менее, органы власти также заинтересованы в «рентабельной работе предприятий, который выступают в качестве эффективного источника поступления налогов в бюджет государства». В таком случае интересы Правительства полностью совпадают с интересами производителя товара. Именно поэтому на сегодняшний день в России не принята единая система решений в сфере обеспечения ценового регулирования со стороны государства.

Важно понимать, что каждое государство занимается поисками индивидуального решения регулирования цен на товары, поскольку универсальной категории оптимальности нет.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В Российской Федерации вопрос эффективности регулирования ценообразования со стороны государства стоит достаточно остро. При этом, особенно важно определить «качественные показатели, направленные на успех или провал экономической политики страны».

Эффективность регулирования процесса ценообразования со стороны России может быть оценена несколькими показателями:

- проведение сравнения предполагаемых показателей с уже практически достигнутыми целями;
- проведение сопоставления на международном уровне, которое позволяет определить воздействие контроля для достижения более значительного развития экономики, увеличения благосостояния нации;
- соотношение пороговых и фактических показателей безопасности экономики государства.

В период более критичных ситуаций в стране наблюдается «увеличение стабилизации экономической политики и активное решение множества вопросов».

В спокойные времена развития государства, когда нет риска образования кризиса, государство начинает функционировать, придерживаясь программ долгосрочного типа.

Такое воздействие характеризуется достаточно высоким показателем эффективности в особенно развитых государствах, поскольку позволяет избегать «глубокого и затяжного кризиса, предоставляет сравнительно устойчивый темп развития».

Исходя из вышесказанного, следует отметить, что основной рычаг прямого контроля цены в России выступает в качестве определения максимального показателя цен, ценового коэффициента, предела оптовой и розничной торговли.

Применение таких рычагов способствует «сдерживанию цен», однако выступает в качестве «потенциальной угрозы финансового состояния производителя».

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, цена выступает в качестве основного показателя восприятия решений покупателя. Формирование цены осуществляется, учитывая множество показателей и аспектов предприятия и современного рынка, например, объём продаж, уровень дохода и прибыли, спрос на товар и прочее. Формирование стоимости на товар осуществляется, придерживаясь нескольких факторов (спроса, потребительского выбора, предложения или альтернативных продуктов), которые способствуют определению наиболее приемлемой и эффективной цены товара, его внедрения на рынок.

Ценообразование осуществляется, придерживаясь нескольких основных методов – затратных, рыночных и параметрических. Первые позволяют установить стоимость товара, отталкиваясь от цены, выступающей в качестве равномерного баланса между суммой, которую может потратить покупатель и расходами на производство товара. Вторые предполагают определять стоимость, отталкиваясь от нахождения равновесия между расходами рынка и производства, текущих цен на продукт, а третьи ориентированы на определение предельного показателя замещения продукции.

Формирование цен на товары и услуги немыслимо без контроля со стороны органов власти. Несмотря на чрезмерное вмешательство в процесс ценообразования со стороны многих государств, такие действия необходимы для увеличения инфляции и обеспечения стабильности ценовой политики продуктов, для получения возможности формировать различные акции, льготы, поддерживать отечественных производителей, а также для оказания содействия экономическому развитию страны, поддержки бедных слоёв населения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бакальская Е. В. Актуальные проблемы ценообразования на российских предприятиях в современных условиях // Аллея науки. 2017. Т. 1, № 16. С. 60–63.

2. Борева С. Ф. Тенденции изменения оптовых и розничных цен в РФ // Деньги и кредит. 2018. № 12. С. 28–29.

3. Бубнова Т. В. Анализ факторов, влияющих на ценообразование товара // Синергия Наук. 2017. № 14. С. 137–143.

4. Лящук А. С. Ценовая и неценовая конкуренция // Экономика России в многополярном мире: материалы студен. науч. конф. (зимняя сессия), 8–23 дек. 2015 г. СПб., 2016. С. 123.

5. Макарова Е. С., Наширванова Я. Ф., Гатина Э. А. Конкурентоспособность кооперативных организаций в сфере торговли: направления исследования // Экономика и управление: проблемы, решения. 2020. Т. 1, № 9 (105). С. 98–104.

6. Макарова Е. С., Уразбахтина Н. З. Подходы к оценке конкурентоспособности предприятия // Актуальные задачи управления качеством и конкурентоспособностью продукции в современных условиях: материалы Междунар. науч.-практ. конф. Казань, 2016. С. 152–154.

УДК 004.9: 070

ЛОНГРИДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ИХ СОЗДАНИЯ

С. А. Свидинская
Омский государственный технический университет, Омск, Россия

S. A. Svidinskaya
Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В данной статье рассмотрена сущность понятия «лонгриды», исследованы функции и задачи, которые они выполняют. На основе данного исследования изучены некоторые сервисы для создания данного вида оформления контента, и создан соответствующий рейтинг, отражающий степень популярности каждого из данных сервисов. Также рассмотрены в сравнении сервисы иностранных и отечественных разработчиков приложений-конструкторов для создания лонгридов. Сделан вывод о развитии и популярности лонгридов как средства представления информации.

Ключевые слова: лонгриды, длинные тексты, информационные технологии.

I. ВВЕДЕНИЕ

С развитием информационных технологий в современном обществе люди приобрели большое количество цифровых источников информации. Появились и обрели популярность такие форматы, как блоги, отдельные посты, лонгриды и так далее. Именно поэтому целью моего исследования является изучение лонгрида как эффективного средства представления информации и инструментов для его создания, выявление наиболее перспективных платформ для их создания в современных условиях, в том числе в импортозамещения. В данной статье будут решены следующие задачи:

1. Изучение понятия лонгрида и его особенностей;
2. Рассмотрение приложений и сервисов для написания лонгридов.

II. ТЕОРИЯ

«Все чаще в российских изданиях, как электронных, так и печатных, появляются объемные материалы особого типа, за которыми в журналистской среде закрепилось название «длинные тексты» (англ. long forms) или лонгриды (от англ. long read - материал, предназначенный для длительного прочтения)» [1, с. 43]. В данном формате представления контента используется не только текстовая информация, но и мультимедийные средства, такие как фото, видео, таблицы, диаграммы, аудиоматериалы и прочее. Данная особенность опирается на цели, которые преследует создание лонгридов: «…для привлечения внимания читателей в эпоху информационного изобилия и характерного для Интернета клипового восприятия лонгрид должен содержать уникальную и более яркую, более качественную информацию, чем обычно предлагается в СМИ…» [2 – с. 171]. Данная особенность такого формата, как лонгрид, позволяет дольше удержать внимание читателя при чтении материала: «Однако отличие современных лонгридов в том, как происходит вовлечение аудитории в чтение длинных текстов, которые бы не отпускали читателя как можно дольше. Согласно исследованиям, средний цифровой показатель пребывания читателя на странице по лонгридам на одну историю – 10 минут, что в 5 раз выше, чем для материала в традиционном формате.» [3 – с. 62] При этом представленная информация сопровождается различными иллюстрациями, схемами, что увеличивает процент ее усвоения в несколько раз.

Многие сравнивают лонгриды со статьями, так как эти жанры во многом схожи. И всё-таки процесс создания лонгрида отличается от написания статьи. Во-первых, лонгрид рассчитан на длительное чтение, поэтому по объему будет больше, что позволяет рассмотреть тему с нескольких сторон и погрузиться в неё. Во-вторых, лонгриды предполагают обязательное иллюстрирование информации с помощью различных средств, таких как фото, видео, анимация, особенное абзацное и шрифтовое оформление. На разработку идеи лонгрида и подготовку текста уходит много времени и затрачивается масса усилий. Автор должен погрузиться в тему, чтобы показать её под новым углом, найти новое понимание, вознаграждающее читателей за потраченное время.

Лонгрид, как конструктор, собирается из историй и фрагментов репортажей и дополняется поясняющей информацией. Все элементы объединяются таким образом, чтобы в итоге читатель смог «пройти» по лонгриду и получить полное представление по той или иной теме. Именно поэтому стали разрабатываться приложения

и платформы для быстрого и качественного создания лонгридов. Предлагаю рассмотреть самые популярные из них.

Обратившись к некоторым руководствам по написанию лонгридов, я выяснила, что можно выделить несколько приложений для создания подобного контента, которые пришлись по душе многим. Рассмотрим их с точки зрения количества пользователей.

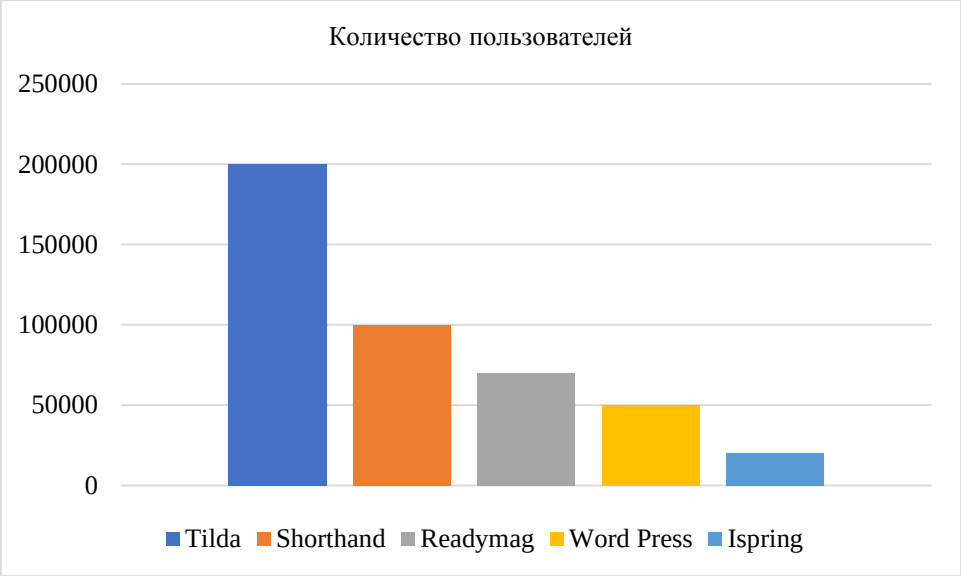


Рис. 1. Рейтинг приложений-конструкторов для создания лонгридов

Можно заметить, что первое место в данном рейтинге занимает приложение «Tilda». Это международная платформа инструментов для создания текстов различного формата, в том числе и лонгридов. В ней совмещены многие функции, которые позволяют редактировать текст, создавать и прикреплять различные графики, рисунки и таблицы, вставлять картинки, анимировать элементы текста и многое другое. Следующая по популярности в данном рейтинге находится программа «Shorthand». Она чуть менее функциональна, чем «Tilda», но её пользователям в целом хватает возможностей для написания качественного текста лонгрида с необходимыми иллюстрациями. Следующее приложение под названием «Readymag» предназначено для создания различных проектов, презентаций и описания к ним. Однако, с помощью имеющихся в нем инструментов можно создавать и лонгриды. Следующий сервис «Word Press» – часть программ «Word». С его помощью можно работать как над короткими информационными статьями с небольшими иллюстрациями, так и над лонгридами с множеством вставных элементов, позволяющим лучше воспринимать большой объем информации. Последним в данном рейтинге представлена программа «Ispring». Она менее известная и используемая, чем все остальные приложения в данном списке, и тем не менее, оснащена всеми необходимыми элементами для создания текстов различной тематики и сложности со вставными элементами.

Среди российских программ по созданию лонгридов можно выделить сервис ВКонтакте. В нем можно писать как обычные статьи, так и лонгриды. Работает он не сложно: пишете текст и по желанию прикрепляете иллюстрации, видеоматериалы или даже музыкальное сопровождение. Статья ВКонтакте в формате лонгрида индексируются поисковиками – роботы поисковых систем фиксируют время, проведенное пользователем за чтением лонгрида, чем больше он задержится на странице, тем быстрее поисковик убедится в полезности контента и поместит статью в топ-10.

Можно выделить еще один сервис для создания лонгридов - это Яндекс Дзен. Он содержит инструменты, которые помогают создавать различные виды контента, ориентированного на разные целевые аудитории. Яндекс Дзен дает возможность вести собственный блог и создавать лонгриды и посты на разные темы. Он также имеет инструменты, которые позволяют иллюстрировать текст и оформлять контент так, как вам хочется.

III. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, лонгриды набирают популярность среди других способов представления информации в цифровой сфере. Они рассчитаны на тех читателей, которые желают досконально изучить какую-либо тему. Именно поэтому одной из черт лонгрида является наличие визуализации при помощи различных иллюстраций

и анимации. Соответственно, необходимы специальные инструменты для создания подобных информационных продуктов. В связи с современными условиями на рынке приложений для создания и оформления контента сервисы иностранных разработчиков постепенно уступают место отечественным, таким как ВКонтакте, Яндекс Дзен и многим другим.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАПНИЯ, БЛАГОДАРНОСТИ.

Научный руководитель: Белолобова А. А. ст. преподаватель каф. «Менеджмент и сервис» ОмГТУ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Джиовалите Д. С., Катайцева Н. А. Длинные тексты (лонгриды) в современных российских СМИ // Медиапространство региона: история и перспективы развития: сб. науч. тр. Курган, 2017. Вып.4. С. 43–49.

2. Колесниченко А. В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Медиаскоп. 2015. Т. 1. С. 171.

3. Аристова У. В., Кузьмичев А. С. Выбор платформ реализации цифровых многополосных журналов в интерактивной среде // Качество. Инновации. Образование. 2015. № 10. С. 61–66.

4. 25 полезных сервисов и плагинов для создания лонгридов // Blog.imena.ua. URL: https://www.imena.ua/blog/25-longread-tools/ (дата обращения: 21.12.2021).

5. Лимонникова Н. Лонгрид: причины популярности длинных текстов. URL: https://madcats.ru/content-marketing/longreads-how-to/ (дата обращения: 21.12.2021).

6. Tilda Publishing // Tilda. URL: https://tilda.cc/ru/ (дата обращения: 21.12.2021).

7. Shorthand.com: сайт. URL: https://shorthand.com/features/ (дата обращения: 21.12.2021).

8. Your design tool to create outstanding projects in the browser // Readymag. URL: https://readymag.com/ (дата обращения: 21.12.2021).

9. Встречайте Word Press // Word Press.com. URL: https://ru.wordpress.org/ (дата обращения: 21.12.2021).

10. Ispring: сайт. URL: https://www.ispring.ru/ (дата обращения: 21.12.2021).

УДК 339.13

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ НА РЫНКЕ B TO B

С. А. Свидинская

Омский государственный технический университет, Омск, Россия

S. A. Svidinskaya

Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В данной статье рассмотрена сущность рынка B to B (Business to Business), выявлены основные отличия от рынков B to C (Business to consumer) и B to G (Business to Government). Также были сформулированы основные черты, присущие данному сегменту рынка. В основе исследования оценка достоинств и недостатков различных способов и инструментов продвижения товара на рынке B to B, которые были выявлены из анализа мнений специалистов. Областью применения данной статьи могут быть экономические исследование или же ведение предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: способы продвижения товаров, продвижение товаров на рынке B to B, особенности рынка B to B.

I. ВВЕДЕНИЕ

Ситуация на современном рынке характеризуется большим количеством субъектов торговых отношений. В следствие этого конкуренция между продавцами побуждает их к принятию мер по продвижению своих товаров и услуг. Каждая организация старается ориентироваться на желания и потребности потенциальных покупателей, которые сильно отличаются друг от друга. Именно поэтому методы привлечения клиентов и продвижения товаров зависят от того, между какими субъектами возникают торговые отношения. Это могут быть взаимодействия потребителей и продавцов, производителей и закупщиков, а также государства. В соответствии

с типом потребителей, на которых ориентируется та или иная компания, рынки делятся на «B to B», «B to C» и «B to G». Деятельность организаций, которые работают на данных рынках имеет свои особенности, в том числе и в сфере продвижения товаров и услуг.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является выделение особенностей, характерных для продвижения товаров на рынке B to B. Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотрение понятия рынка B to B, его характеристик и процесса функционирования;
2. Изучение способов продвижения товаров на данном рынке;
3. Выделение достоинств и недостатков каждого из данных способов.

III. ТЕОРИЯ

Современный рынок товаров и услуг можно четко сегментировать в зависимости от направления деятельности компаний:

1. B to C (Business to consumer) – это потребительский рынок, на котором покупатели осуществляют покупки, руководствуясь своими личными потребностями и желаниями.

2. B to B (Business to Business) – профессиональный рынок, где покупки осуществляются профессиональным покупателем, то есть компанией для удовлетворения нужд бизнеса.

3. B to G (Business to Government) – рынок государственных закупок, в котором покупателем является представитель государства. Он руководствуется интересами и потребностями государства, например, края, отрасли и т. д. [1]

Что касается конкретно рынка B to B, компании, работающие в данном сегменте, являются связующими звеньями цепей снабжения и создания стоимости. Экономическая сущность рынка B to B состоит в том, что он ориентирован не на конечного потребителя, а на компании. Именно поэтому в данной бизнес-среде учитываются интересы организаций, связанные с получением прибыли. [2]

В данном сегменте рынка присутствует высокая конкуренция между производителями, так как, по сравнению с потребительским рынком, потенциальных покупателей намного меньше, а конечную покупку делает профессионал, который выбирает наиболее выгодное предложение, анализируя конкурентные преимущества продавцов. Поэтому в данном сегменте широко распространены скидки для постоянных клиентов.

На современном рынке распространен бизнес, который сочетает B to B и B to C, так как одни и те же товары и услуги можно продавать и конечному потребителю, и фирме. Примером такого бизнеса являются клининговые компании, которые могут оказывать свои услуги частным лицам и учреждениям. [3]

В Табл. I. представлена сравнительная характеристика продаж на рынках B to B и B to C. [4]

Таблица 1

Сравнительная характеристика продаж на рынках b to b и b to c

Сравнительная характеристика	B to C	B to B
Скорость принятия решения	Несколько часов/дней	Несколько недель/месяцев
Число лиц, принимающих решение о покупке	Единолично, до 2-х человек	Коллегиально, более 2-х человек
Роль эмоций в принятии решения	Высокая	Низкая
Средний чек	Низкий	Высокий
Число обращений/потенциальных покупателей	Большое	Единичное
Роль продавца в покупке	Минимальная	Решающая (консультант выступает экспертом)
Основная задача в работе сайта	Снизить операционные издержки	Вывести клиента на личный контакт с продавцом

Исходя из данных, представленных в таблице, можно выделить несколько особенностей рынка B to B:

1. Маркетинговые мероприятия компаний ориентированы на потребности коммерческих организаций с учетом низкой роли эмоций в процессе принятия решений.

2. Длительный процесс заключения сделок. Каждый клиент нуждается в особых условиях (ассортимент, цены, скидки, условия отгрузки и оплаты, формирование заказа, сопровождающие документы и т.д.)

3. Необходимость поддержания контакта с каждым клиентом. Количество покупателей в данном сегменте небольшое по сравнению с B to C, но компании чаще всего становятся постоянными клиентами, с которыми важно поддерживать сотрудничество.

4. Большой объем продаж товаров и услуг и, соответственно, высокая стоимость по сравнению с потребительским рынком.

5. Продавец выступает экспертом в своей отрасли, поэтому играет решающую роль, способствующую заключению сделки.

6. Большие операционные затраты, связанные с привлечением клиентов, формированием особого предложения для каждого из них, а также с реализацией условий сделок. [5]

Прежде чем рассматривать способы продвижения товаров на рынке B to B, необходимо понять намерения целевой аудитории. Клиенты в данном случае – это компании, которые закупают товар оптом и продают его в розницу. Они работают в одном городе или регионе, но при этом могут иметь несколько торговых точек в разных городах. Товар закупается у производителей на определенный период, а платеж может производиться не сразу. Окончательное решение о сотрудничестве принимается чаще всего коллегиально руководством организации-потребителя, а значит намного дольше, чем в сегменте B to C.

Отсюда следует, что критерии покупателя при выборе продавца будут следующие:

- Возможность заказа партиями;
- Приемлемые цены и выгодные условия скидок;
- Преимущественные отличия подобного ассортимента в сравнении с конкурентами;
- Удобные условия и скорость доставки;
- Разные способы оплаты.

Поиск клиентов в данном сегменте связан с высокой конкуренцией, а значит затраты на привлечение и удержание клиентов будут большими. Задача продавца заключается в том, чтобы заинтересовывать потенциального покупателя на каждом этапе в процессе принятия решения о покупке, а также продвигать свой товар или услугу. [6]

В Табл. II. представлены основные способы продвижения товара на рынке B to B, а также выделены их достоинства и недостатки

Таблица 2

Способы продвижения товаров на рынке b to b. Преимущества и недостатки

Способ продвижения	Преимущества	Недостатки
Email-рассылки или рассылки в социальных сетях, которые указывают на преимущества товара перед конкурентными	Недорогой метод продвижения; Возможность сегментации потребителей и индивидуализация рассылок в соответствии с потребностями покупателей.	Частые и однотипные рассылки теряют свою ценность и не привлекают внимание клиентов.
Ведение аккаунтов в социальных сетях	Недорогой метод продвижения; Возможность познакомить клиентов с деятельностью компании, выделить основные преимущества и сформировать положительный образ компании.	Необходимо большое количество времени для получения результата; Затраты на ведение и подбор контента для социальных сетей.
Контекстная реклама (реклама на основе запросов в поисковиках)	Начинает работать сразу, так как рекламные объявления появляются после запуска и охватывают большое количество пользователей; Возможность точно рассчитать бюджет, затраченный на рекламу, так как оплата происходит ежедневно по определенной цене; Реклама показывается тем пользователям, которые потенциально могут быть заинтересованными в совершении покупки, так как их запросы в поисковиках соответствуют похожей тематике.	Дорогой метод продвижения; Нельзя настроить контекстную рекламу без привлечения профессионалов.

Окончание табл. 2

Способ продвижения	Преимущества	Недостатки
Создание клиентских кейсов	Портфолио всегда привлекает внимание и повышает уровень доверия.	Необходим сайт или другие сервисы, где можно публиковать кейсы.
Организация профессиональных выставок или других мероприятий	Покупатели могут объективно оценить достоинства предлагаемого товара; Эксперты компании могут напрямую общаться с потенциальными покупателями.	Необходимо отслеживать или организовывать мероприятия; Затратный метод продвижения.

Стоит отметить, что затраты на продвижение товара в сегменте B to B могут быть довольно большими из-за специфики аудитории, поэтому необходимо тщательно анализировать спрос и подбирать виды продвижения в соответствии с данным анализом. [7]

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сегмент B to B – это особый вид рыночных взаимодействий, который имеет свои особенности в виде коммерческих организаций-потребителей и методов продвижения товаров и услуг. Данный вид бизнеса характеризуется экспертностью потенциальных покупателей, долгосрочностью сделок и большими операционными затратами, связанными с привлечением и удержанием клиентов, а также формированием индивидуального предложения для каждого из них. Для компаний, работающих в данном сегменте важно не просто прорекламировать свой товар, но и повысить при этом уровень доверия потенциальных клиентов путем поддержания постоянного контакта с ними. Существует большое количество методов продвижения товаров на рынке B to B, но основная их часть связана с информационными технологиями и рекламой в сети Интернет, в том числе продвижение в социальных сетях, рассылки и контекстная реклама.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАПНИЯ БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель: Чижик В. П. канд. экон. наук, доцент каф. «Менеджмент и сервис» ОмГТУ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дашков А. А., Судаков К. А. Маркетинговая деятельность компаний сегмента рынка B2B // Лесной вестник. 2010. № 5. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovaya-deyatelnost-kompaniy-segmenta-rynka-b2b (дата обращения: 23.10.2022).

2. Характеристика рынка B2B // Время бизнеса. Деловой журнал: сайт. URL: http://www.camcomp.com/harakteristika-ryinka-b2b.html (дата обращения: 23.10.2022).

3. Рынок B2B // Экспоцентр: сайт. URL: https://www.expocentr.ru/ru/articles-of-exhibitions/17032/#:~:text=B0 (дата обращения: 23.10.2022).

4. Клиенты для B2C и B2B для интернет-магазина : кто это такие, как с ними работать и где их искать // InSales: сайт. URL: https://www.insales.ru/blogs/university/klienty-b2s-i-b2v-dlya-internet-magazina (дата обращения: 23.10.2022).

5. Особенности и детали продаж в B2B // Agora: сайт. URL: https://www.agora.ru/blog/osobennosti-i-jetapy-prodazh-v-b2b/#osobennosti-b2b-prodaj (дата обращения: 23.10.2022).

6. Способы продвижения продукта на B2B-рынке // Yagla: сайт. URL: https://yagla.ru/blog/marketing/210622-sposoby-prodvijeniya-produkta-na-b2b-rynke/ (дата обращения: 23.10.2022).

7. Инструменты PR-продвижения для B2B-компаний // vc.ru: сайт. URL: https://vc.ru/marketing/321568-7-proverennyh-instrumentov-b2b-piara-na-primere-kompaniy (дата обращения: 23.10.2022).

УДК 725

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ КЛАССИФИКАЦИИ ОБЪЕКТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

С. А. Свидинская
Омский государственный технический университет, Омск, Россия

S. A. Svidinskaya
Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. В данной статье рассмотрена сущность коммерческой недвижимости, выявлены основные признаки, характеризующие данный вид недвижимого имущества. Также были исследованы классификации коммерческой недвижимости в зависимости от ее характеристик. Целью исследования является выявление проблемных аспектов, препятствующих однозначному пониманию и классификации объектов коммерческой недвижимости. Областью применения данной статьи могут быть прикладные или научные исследования в сфере рынка недвижимости.

Ключевые слова: коммерческая недвижимость, объект, признак, классификация.

I. ВВЕДЕНИЕ

Рынок недвижимости с каждым годом растет благодаря появлению новых объектов, расширению или изменению существующих. Вместе с этим появляется необходимость классифицировать недвижимость для того, чтобы определять тип потребителя тех или иных объектов, понимать, какие функции выполняет каждая группа недвижимости в классификации, а также для определения факторов формирования стоимости и цены. Коммерческая недвижимость в виде объектов для эксплуатации в целях получения прибыли имеет огромное количество характеристик, по которым ее можно классифицировать. Но специфика данного вида недвижимости предполагает наличие некоторых факторов, препятствующих однозначной классификации объектов коммерческой недвижимости.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является выявление проблемных аспектов классификации коммерческой недвижимости.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Исследовать сущностное и содержательное наполнение понятия «коммерческая недвижимость».
2. Проанализировать существующие классификации объектов коммерческой недвижимости.
3. Выделить проблемные факторы, не позволяющие однозначно классифицировать многообразие объектов коммерческой недвижимости.

III. ТЕОРИЯ

Коммерческая недвижимость представляет собой объекты недвижимости, которые эксплуатируются с целью получения стабильного денежного дохода в долгосрочной перспективе. Мотивом приобретения данного вида недвижимости является получение стабильного денежного дохода на протяжении длительного времени либо дохода за счет повышения стоимости объекта в долгосрочной перспективе. [1]

Также можно сказать, что коммерческая недвижимость – это разновидность искусственных объектов недвижимого имущества, в которые входят: офисы, магазины, рестораны, склады, гаражи для аренды, сооружения, а также предприятия как имущественный комплекс. [2]

Разнообразие объектов коммерческой недвижимости предполагает наличие классификации по разным признакам. Разделение объектов на группы позволит участникам рынка обобщать их основные свойства, выделять особенности эксплуатации того или иного вида коммерческой недвижимости, а также определять тип потребителя в зависимости от типа недвижимости для получения максимальной прибыли.

Коммерческие объекты недвижимости подразделяются на приносящие доход и создающие условия для его получения. [3]

На рис. 1 представлена основная классификация объектов коммерческой недвижимости.

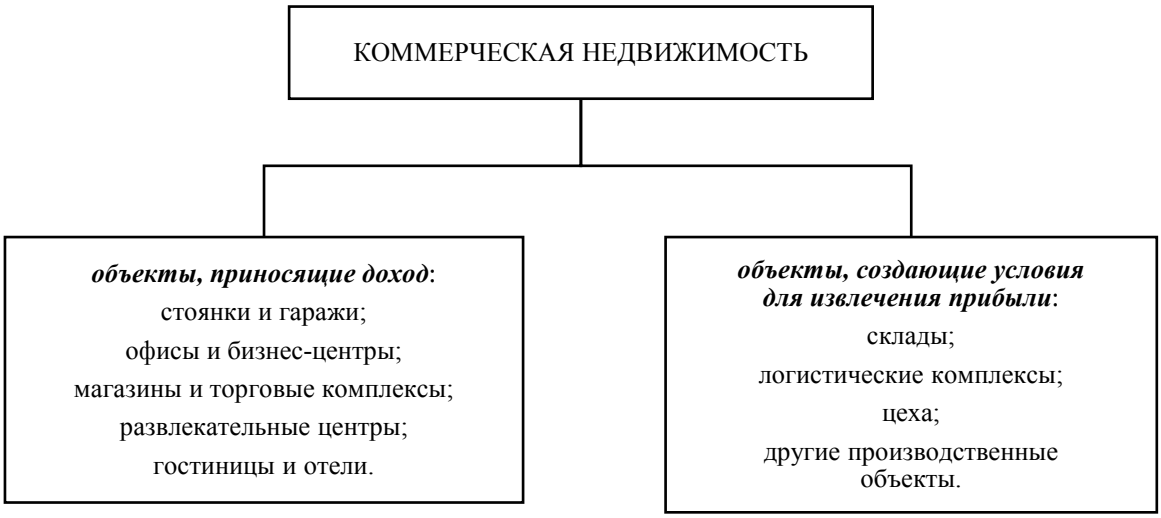


Рис. 1. Классификация коммерческой недвижимости

В свою очередь каждый из видов объектов, отраженный в данной классификации, разделяется на подвиды. Например, гостиницы и отели имеют несколько классификаций:

- европейская (система звезд), в основе которой лежит деление гостиниц на категории от одной до пяти звезд;
- система букв (A, B, C, D); (A — это четыре звезды, B — две, C — три, D — одна звезда);
- система корон — в Великобритании;
- система разрядов — люкс, высший A, высший B, первый, второй, третий, четвертый).

Помимо этого, коммерческую недвижимость в целом можно разделить на сегменты по целевому назначению, которые представлены в табл. 1 [4].

Таблица 1

Сегментация коммерческой недвижимости

Сегмент	Назначение
Офисная недвижимость	Помещения, в которых организуется рабочее пространство для сотрудников организаций, а также места для проведения деловых встреч и различных конференций (бизнес-центры, здания с офисами, коворкинги и т.п.)
Складская недвижимость	Тип недвижимости, который предназначен для приема, хранения и подготовки к транспортировке любого вида продукта (склады, помещения внутри склада и т.п.)
Торговая недвижимость	Тип недвижимости, где размещается товар и производится прием покупателей с последующим товарообменом (например, торговые центры, магазины, объекты общественного питания, рынки и т. п.)
Гостиничная недвижимость	Объекты, которые позволяют организовывать временное проживание людей (например, гостиницы, общежития, коливинги и т.п.)
Производственные комплексы	Площади, которые расположены в специализированных сооружениях, где производится трудовая деятельность людей, связанная с различными видами производства (например, технические строения, цеха и т. п.)

Каждый объект коммерческой недвижимости, относящийся к той или иной группе в зависимости от своих характеристик, может оцениваться по-разному и входить в несколько классификаций. [5]

В связи с этим существует ряд проблемных аспектов, которые не позволяют однозначно классифицировать все объекты коммерческой недвижимости:

1. Индивидуальность каждого объекта коммерческой недвижимости.

Найти одинаковые объекты коммерческой недвижимости практически невозможно, ведь каждый из них отличается своим архитектурным оформлением, функциональным наполнением, сроком и видом эксплуатации. Поэтому один и тот же объект может входить в разные группы классификаций.

2. Большой срок экспозиции объектов недвижимости.

Большой срок с даты вывода объекта коммерческой недвижимости на рынок до момента заключения определенной сделки. За это время может измениться экономическая ситуация на рынке или в стране, и тогда коммерческая недвижимость, которая ранее относилась к одному классу, может относиться уже к другому.

3. Экономические и социальные отличия регионов.

В каждом регионе своя экономическая ситуация, и в зависимости от нее недвижимость может классифицироваться по-разному. Например, в разных регионах системы классификации гостиниц и отелей может отличаться, из-за чего схожие объекты будут относиться к разным видам в соответствии с классификациями.

IV. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Коммерческая недвижимость – один из самых сложных для классификации вид недвижимости. Он включает в себя разноплановые объекты, которые сложно однозначно отнести к той или иной группе, так как все они по-своему индивидуальны. К тому же коммерческие объекты отличаются от других видов недвижимости своим продолжительным сроком с момента вывода на рынок до заключения определенных сделок, за который экономическая ситуация может кардинально поменяться. Также стоит отметить, что экономическая и социальная политика в разных регионах отличается, вследствие чего объекты коммерческой недвижимости сложно однозначно классифицировать на определённые группы в зависимости от функционала, размеров и других характеристик.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Автор благодарит научного руководителя к.э.н., доцента Глущенко Марину Евгеньевну, за помощь в редактировании статьи, за предложения и замечания к предварительным версиям статьи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бычкова М. В. Исследование понятия «Коммерческая недвижимость» // Имущественные отношения в РФ. 2009. № 4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-ponyatiya-kommercheskaya-nedvizhimost (дата обращения: 25.10.2022).

2. Сердюкова О. Ю. Определение понятия «коммерческая недвижимость» // Молодой ученый. 2018. № 42 (228). С. 122–126. URL: https://moluch.ru/archive/228/53239/ (дата обращения: 25.10.2022).

3. Асаул А. Н., Иванов С. Н., Старовойтов М. К. Экономика недвижимости: учеб. для вузов. 3-е изд., исправл. СПб.: АНО «ИПЭВ», 2009. 304 с.

4. Панфилова А. А. Современные тенденции инвестирования в сегменты рынка коммерческой недвижимости // Евразийский международный научно-аналитический журнал. 2021. № 4 (80). С. 122–125.

5. Голотина Ю. И., Ковтуненко М. Г. Проблемы классификации объектов недвижимости в России // Научный диалог: Экономика и менеджмент: сб. науч. тр. по материалам XV Междунар. науч.-практ. конф., 8 июня 2018 г. / Междунар. Объединенная Акад. Наук. СПб., 2018. С. 8–13. DOI 10.18411/spc-08-06-2018-03.

УДК 332.8

ОСОБЕННОСТИ ЖИЗНЕННЫХ ЦИКЛОВ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ

Д. В. Тарабанова

Омский государственный технический университет, Омск, Россия

D. V. Tarabanova

Omsk state technical university, Omsk, Russia

Аннотация. В статье рассмотрены последовательные стадии (этапы) жизненного цикла недвижимости, как объекта хозяйственных отношений, перманентно функционирующего в социально-экономической среде. Кроме этого выделены особенности и даны характеристики каждого этапа жизненного цикла. Показана взаимосвязь стадий развития объекта недвижимости в разных видах жизненных циклов, присущих таким объектам: физическом, экономическом, правовом.

Ключевые слова: жизненный цикл, объект недвижимости, этап, стадия.

I. ВВЕДЕНИЕ

Объекты недвижимости выполняют особую роль в хозяйственной деятельности, обслуживая личные, экономические, социальные и государственные потребности общества. Они являются первоочередными по значимости элементами внешней и внутренней среды, без которых невозможны процессылюбого вида и типа.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Всем объектам недвижимости, как и множественности других объектов, долговременно функционирующих в экономической среде, присуща такая характеристика, как «жизненный цикл».

В экономической литературе выделяется структурированное понятие жизненного цикла. Жизненный цикл любого объекта, долговременно функционирующего в экономической действительности, развивается по определенным последовательным стадиям: появление (внедрение) в рыночную среду,рост (развитие), зрелость (стабильное функционирование) и спад (угасание). Таким образом, можно резюмировать, что и применительно к объектам недвижимости, жизненный цикл – это последовательность многоэтапных процессов смен состояний объекта недвижимости от его ввода в эксплуатацию (формирования, создания, появления) и до прекращения (расформирования, уничтожения) как функционирующего объекта.

III. ТЕОРИЯ

Объекты недвижимости, как специфические объекты экономики и социума, в течении всего времени существования подвергаются не только физическим изменениям, но и экономическим и правовым преобразованиям. В связи с этим, можно выделить определенные стадии (этапы) жизненного цикла, присущие недвижимому имуществу как физических, так и юридических лиц.

1. Стадия предварительная, включающая в себя деятельность по планированию и проектированию объекта недвижимости.

2. Стадия созидания, предполагающая строительство созданного руками человека объекта, или приобретение земельного участка для дальнейшего улучшения и использования.

3. Стадия эксплуатации включает в себя всю деятельность по активному функционированию объекта и его дальнейшее развитие, модернизацию.

4. Возможна стадия усовершенствования объекта, которая предполагает изменение вида функционального применения объекта - сдача в аренду, перепрофилирование, с целью повышения эффективности использования недвижимости.

5. Кроме того, выделяется еще одна возможная стадия продажи, предполагающая смену владельца (собственника) объекта

6. Стадия завершающая, в которую входят работы по разбору, сносу, ликвидации объекта (либо он разрушается естественным образом).

Отдельные циклы могут быть объединены в периоды, которые имеют некоторые временные рамки. Так, первая, вторая и начало третьей стадии жизненного цикла образуют период девелопмента, который длится 2-3 года. Период эксплуатации начинается с конца второй стадии, охватывает стадию эксплуатации и продажи объекта. После продажи возможно дальнейшее использование объекта недвижимости, то есть фактическая эксплуатация продолжается. Данный период длится достаточно долго – до 50 лет, и, как показывает практика, по некоторым объектам – намного дольше. Завершая стадия жизненного цикла - стадия сноса – занимает обычно менее 1 года.

Стадии и периоды физического жизненного цикла объекта недвижимости представлены на рис. 1.

Отдельные стадии (этапы) жизненного цикла объекта недвижимости (эксплуатация, продажа) как собственности того или иного владельца, повторяются многократно с каждым новым владельцем вплоть до окончания срока экономической или физической жизни объекта недвижимости.

Как было отмечено выше, объектам недвижимости присущи разные типы жизненных циклов: материальный (физический), экономический и правовой (юридический). Жизненный цикл любого типа для объектов недвижимости разделяют на этапы. Сколько выделить этапов и стадий жизненного цикла для объектов недвижимости – в этом вопросе нет единого мнения в научных и прикладных исследованиях. Так,Асаул А. Н. для материального жизненного цикла выделяет три укрупненных этапа (табл. 1). Каждый этап включает в себя определенные мероприятия и действия собственника, управляющего, арендатора.

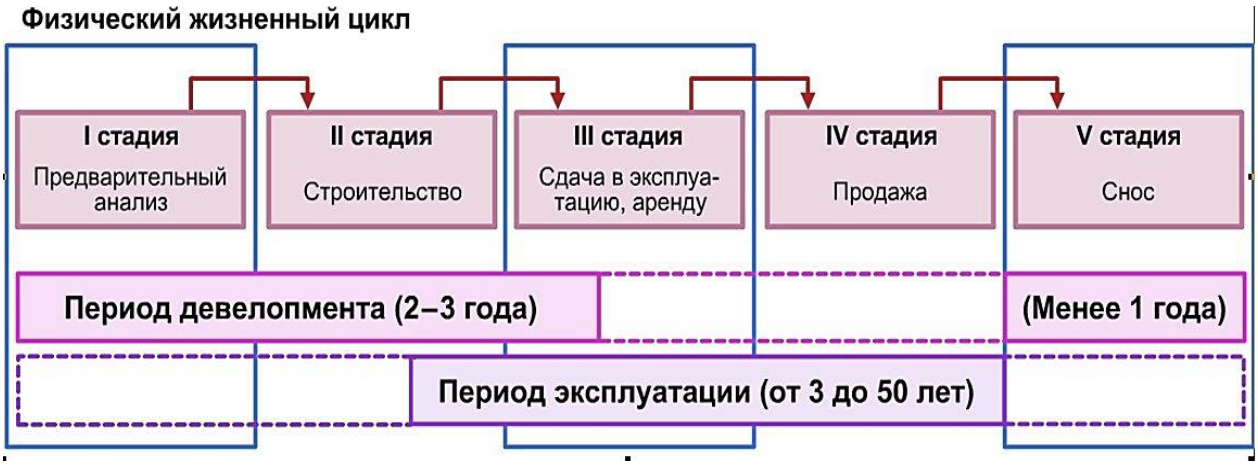


Рис. 1. Стадии и периоды жизненного цикла
объекта недвижимости

Таблица 1

**Этапы материального жизненного цикла объекта недвижимости,
как физического объекта**

Этап жизненного цикла	Содержательная наполняемость этапа
1 этап	Создание - инвестиционно-строительный этап развития объектов недвижимости (инвестиционный замысел, определение назначения объекта, его проектирование, землеотвод, строительство (реконструкция), сдача в эксплуатацию). Этот этап наиболее сложен, ибо он состоит из многочисленных составляющих, от решения которых зависит эффективность функционирования объекта недвижимости.
2 этап	Оборот прав на ранее созданную недвижимость, включая продажу, сдачу в аренду и т.д. На этом этапе происходят возврат вложенных инвестиций, получение прибыли, а также начало морального и физического износа.
3 этап	Управление объектами недвижимости - эксплуатация, ремонт, поддержание в системе городских инфраструктур и коммунального хозяйства. Этот этап наиболее продолжителен и ограничивается целесообразностью эксплуатации объекта недвижимости и размером затрат на устранение физического и морального износа.

В большинстве исследований для объекта недвижимости выделены пять основных стадий материального (физического) жизненного цикла. Однако, их названия отличаются у разных авторов. В научной литературе можно встретить такие стадии: предпроектная, проектная, строительства, эксплуатации, ликвидации. На любой стадии жизненного цикла объекта, в соответствии с установленными целями, решаются те или иные задачи, обусловленные приращением стоимости объекта.

Проектная стадия ставит задачу уменьшить сроки и минимизировать затраты на создание объекта и вывод его на рынок. Кроме того, финансирование этой стадии опирается на приоритет соблюдения сроков строительства, качества работ, норм технического состояния и обеспечение безопасности функционирования объекта.

Стадия эксплуатации предполагает активное функционирования и процесс развития объекта. На этом этапе первоочередной задачей становится максимизация доходов от использования и эксплуатации объектов.

Стадия усовершенствования и продажи объекта имеет цель повысить уровень доходности, если доход, генерируемый на стадии первичной эксплуатации, низок и недостаточен для собственника(владельца).

Для завершающей стадии ликвидации объекта недвижимости приоритетной задачей являетсяминимизация расходов на ее проведение, соблюдение безопасности процессов для человека и окружающей среды.

Соотношение стадий разных типов жизненного цикла для объекта недвижимости представлено на рис. 2.

Необходимость выделения стадий и этапов жизненного цикла любых объектов (в том числе недвижимости) определяется принятием наиболее рациональных и эффективных управленческих решений с учетом стадии развития объекта. Управление в целом понимается как процесс планирования и принятия решений по наиболее эффективному использованию ресурсов, потенциала, резервов для достижения поставленных целей.



Рис. 2. Соответствие стадий
экономического, физического и правового жизненных циклов
для объекта недвижимости

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Задачи управления эффективностью объекта недвижимости согласно стадиям жизненного цикла значительно отличаются друг от друга. В ходе формирования основной акцент делается на минимизацию затрат по объекту недвижимости при соблюдении общих нормативных и технических требований, а также на надзор исполнения сроков работы согласно предпроектной стадии, в процессе проектирования и строительства. Наравне с физическим сроком существования объекта недвижимости следует принимать во внимание и экономический срок, который значительно короче физического. Однако, продлить срок экономической жизни возможно повышением стоимости объекта недвижимости в процессе его использования,имеется ввиду проведением реконструкции либо модернизации, что позволит при изменении экономических условий продлить срок экономической жизни объекта.

Задачи управления, которые рационально реализовать на разных стадиях жизненного цикла объекта недвижимости для обеспечения его эффективного функционирования, представлены на рис. 3.

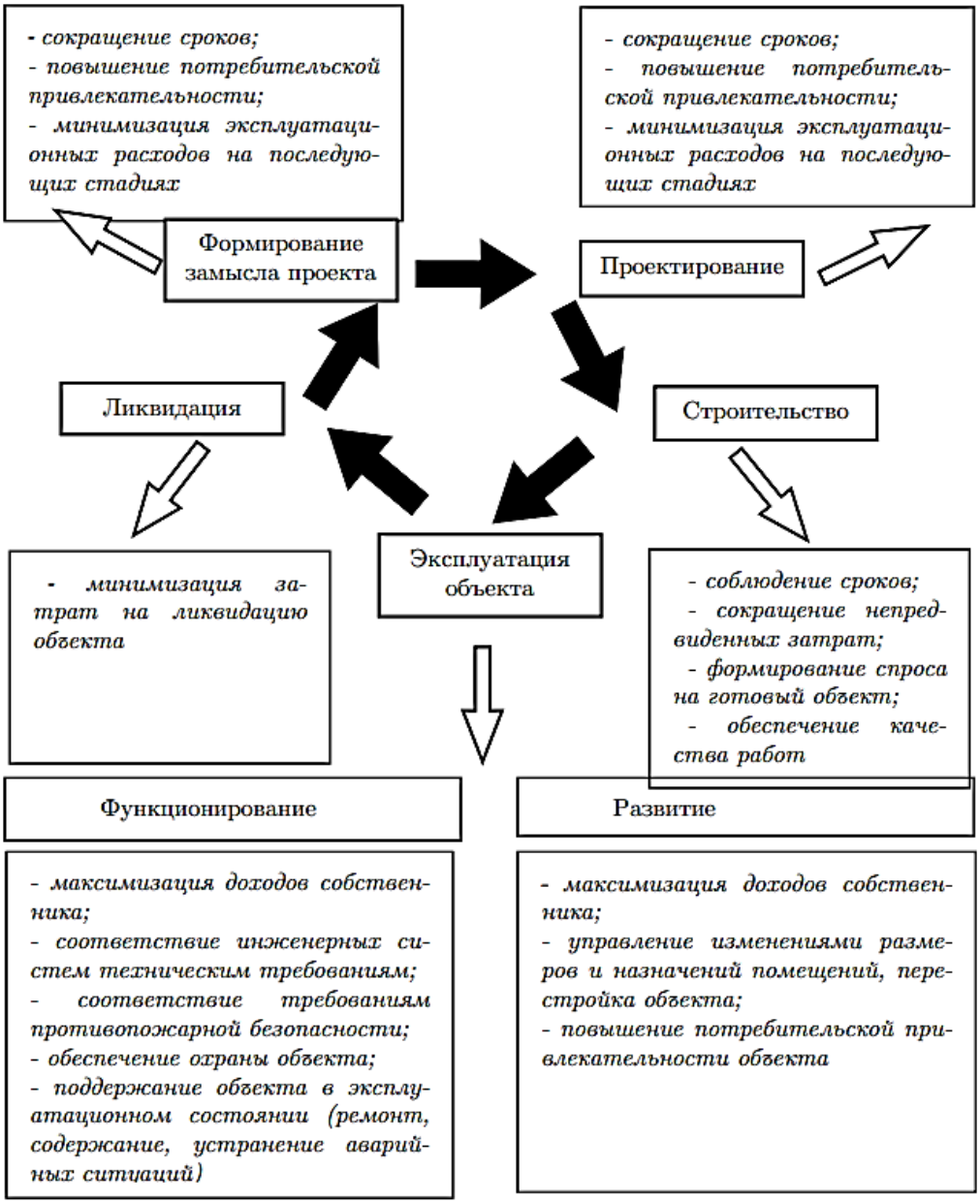


Рис. 3. Задачи управления эффективностью объекта недвижимости на различных стадиях жизненного цикла

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Таким образом, управление эффективным использованием объекта недвижимости на протяжении всего жизненного цикла предполагает формирование большого круга участников на различных стадиях цикла.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении можно резюмировать, что исследование особенностей этапов жизненного цикла объекта недвижимости будет актуально и своевременно всегда, так как эти объекты постоянно участвуют в хозяйственной деятельности общества, изменяясь и трансформируясь с развитием техники и технологий, применяемых от стадии проектирования и до стадии его ликвидации.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Автор благодарит научного руководителя к.э.н., доцента Глущенко Марину Евгеньевну, за помощь в редактировании статьи, за предложения и замечания к предварительным версиям статьи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Асаул А. Н. Теория и практика управления и развития имущественных комплексов. URL: http://www.aup.ru/books/m492/2_1_3.htm (дата обращения: 23.10.2022).

2. Асаул А. Н., Заварин Д. А., Иванов С. Н. Основные направления формирования экономических эффектов от внедрения инноваций в инвестиционно-строительный цикл // Вестник гражданских инженеров. 2015. № 3 (50). С. 254–261.

3. Максимов С. Н. Управление девелопментом недвижимости. М.: Проспект, 2015. 332 с.

4. Малахова В. В., Ковальская Л. С. Формирование механизма девелопмента коммерческой недвижимости на стадиях жизненного цикла // Экономика строительства и природопользования. 2020. № 4 (76). С. 31–38. DOI: https://doi.org/10.37279/2519-4453-2020-4-31-38.

5. Сидоров В. А. Девелоперские компетенции. Инжиниринговое обеспечение девелоперского проекта: учеб. пособие. М.: Дело, 2017. 317 с.

6. Соболева Е. А., Канхва В. С. Развитие российского девелопмента в современных условиях: моногр. М.: Моск. гос. строит. ун-т, 2016. 152 с.

7. Цопа Н. В., Стрецкис М. И. Организационно-экономические особенности оценки строительных проектов с учетом стадий жизненного цикла // Экономика строительства и природопользования. 2019. № 1 (70). С. 33–39.

УДК 336.717.1:004.77

ФИНАНСОВЫЕ МАРКЕТПЛЕЙСЫ. РЕЗУЛЬТАТЫ И НОВЫЕ ПУТИ РАЗВИТИЯ

Э. С. Тепикина

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

E. S. Tepikina

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

Аннотация. В работе рассмотрены проблемы и перспективы развития финансовых маркетплейсов в России. В настоящее время становится актуальным создание новых механизмов и способов, которые помогут обеспечить и улучшить онлайн взаимодействие между компаниями финансового сектора и их клиентами. Банк России активно продвигает свой проект финансового маркетплейса, который может стать тем самым новым необходимым механизмом. Нами была предпринята попытка раскрыть основные сущностные моменты такого термина, как финансовый маркетплейс, проанализирована нормативно-правовая база Российской Федерации, затрагивающая вопрос функционирования финансовых цифровых платформ. Были рассмотрены возможные перспективы формирования подобных площадок в России.

Ключевые слова: финансовый маркетплейс, финансовая платформа, финансовый сектор, финансовые технологии, пандемия.

I. ВВЕДЕНИЕ

Сейчас с полной уверенностью мы можем сказать, что 2020 год поставил как перед российской, так и перед всей мировой экономикой новый глобальный и очень важный вызов. COVID-19 сильно изменил нашу жизнь, все прогнозы вне зависимости от отросли оказались совершенно не соответствующими действительности и нуждались в срочной переработке, но самое главное, что компании были вынуждены искать новые методы и механизмы, которые позволили бы им адаптировать свои внутренние процессы к новому миру. Многим сферам бизнеса пришлось перейти в онлайн сегмент, однако далеко не все смогли это осуществить успешно и эффективно, продолжить свое функционирование в новых для всех условиях. Основной проблемой являлось то, что у компаний была совершенно не развита цифровая инфраструктура, каналы продаж и связи не были четко налажены, это не позволяло полностью адаптироваться к неожиданным условиям.

Финансовый сектор также был вынужден перестраивать свою работу. Даже несмотря на то, что ему удалось достаточно легко и быстро перевести практически всю работу с клиентами в онлайн, на деятельность фи-

нансовых организаций оказывали влияние определенные ограничения. Именно поэтому становится актуальным создание новых механизмов и способов, которые помогут обеспечить и улучшить онлайн взаимодействие между компаниями финансового сектора и их клиентами. Банк России активно продвигает свой проект финансового маркетплейса, который может стать тем самым новым необходимым механизмом. Безусловно создание финансовой платформы актуально и востребовано на данный момент, но в будущем важность этого процесса будет только расти.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью статьи является изучение сущности финансового маркетплейса, определение результатов и путей развития финансовых маркетплейсов в России.

III. ТЕОРИЯ

В последнее десятилетие наметился тренд внедрения информационных технологий в деятельность компаний. И данный процесс имеет уверено растущую тенденцию. Самым заметным примером является ретейл. Именно компании из сферы розничных продаж стали активно использовать в своих бизнес-процессах различные новые технологии, которые позволили им четко настроить свои каналы онлайн продаж. Игроки рынка, которые первые поняли важность технологических решений, которые смогли эффективно реализовать их, получили большое количество конкурентных преимуществ, что позволило им стать лидерами и занять большую долю рынка. На международном рынке самым известным примером является Amazon. На российском рынке очень большую роль играют Wildberries и Ozon. Данные компании являются товарными маркетплейсами, также часто их называют платформами электронной коммерции, которые позволяют человеку приобрести товар у другого человека или компании, которые разместили свой товар на маркетплейсе.

Однако помимо товарных маркетплейсов в настоящее время начинают формироваться и активно развиваться финансовые маркетплейсы. Данный термин представляет под собой платформу, которая объединяет продукты и услуги различных финансовых организаций и затем обеспечивает взаимодействие с людьми, желающими получить ту или иную финансовую услугу или продукт с помощью Интернета. Финансовый маркетплейс имеет ряд особенностей. Например, перед предоставлением услуги потребитель или выгодоприобретатель должен обязательно быть идентифицирован.

В России инициатором создания такой специализированной площадки является Банк России. В декабре 2017 года им был опубликован документ, который называется «Основные направления развития финансовых технологий на период 2018–2020 годов». В нем ЦБ РФ высказывает идею формирования и развития платформы, позволяющей осуществлять идентификацию личности клиентов удаленно. Регулятор считает, что данная мера позволит предоставлять финансовые услуги онлайн, они станут более доступными, а конкуренция на рынке возрастет. Таким образом, данная площадка позволит потребителям получать любые финансовые услуги любого финансового учреждения дистанционно и круглосуточно. Данная идея становится еще более востребованной и актуальность в условиях жизни во время COVID-19, когда вводится большое количество ограничительных мер.

Основная идея Банка России заключается в том, что необходимо создать единую площадку, которая позволит объединить все кредитные организации, даже те, которые уже имеют собственные функционирующие маркетплейсы. По мнению регулятора, формирование общей платформы, на которой будут представлены услуги большого количества участников рынка, является более эффективным, чем наличие большого количества финансовых маркетплейсов, которые имеют достаточно ограниченный характер в силу того, что предоставляют услуги только одной кредитной организации. Данный момент позволит повысить конкуренцию на рынке финансовых услуг. В докладе, опубликованном в ноябре 2019 года «Подходы Банка России к развитию конкуренции на финансовом рынке», ЦБ РФ высказывает мнение, что кредитные организации «в рамках своих экосистем задают собственные правила работы, замыкают граждан в периметре своих экосистем, тем самым заменяя собой государственные институты и оказывая существенное влияние на экономические показатели». Таким образом мы видим монополизацию на рынке финансовых услуг, и именно единый финансовый маркетплейс может позволить снизить данные риски.

Очень важно отметить четыре основных положительных результата, которые, по мнению Банка России, будут достигнуты благодаря созданию единого финансового маркетплейса. Первой целью как раз-таки является совершенствование конкуренции на рынке финансовых услуг, о которой мы уже упоминали ранее. Единая платформа, которая позволит кредитным организациям размещать свои услуги онлайн и в одном месте, заставит их соревноваться за внимание и выбор потребителя именно за счет предложения более привлекательных условий своих продуктов. Например, они могут предлагать более низкие ставки по кредитам, боле высокие

ставки по депозитам, чем у их конкурентов, также они могут в целом предлагать различные условия тех или иных продуктов, которые будут выглядеть более выгодными, чем те, что у конкурентов.

Также благодаря созданию финансового маркетплейса будет достигнута вторая цель: предоставление возможности для каждого клиента получить любую финансовую услугу любой финансовой организации круглосуточно, то есть двадцать четыре часа в сутки и семь дней в неделю. Опять особенно важной данная возможность становится в условиях COVID-19 и пандемии, в такой ситуации дистанционные механизмы взаимодействия между кредитными организациями и потребителями становятся единственным способом для коммуникации.

В качестве третьей цели Банк России выделяет улучшение эффективности монетарной политики. В первую очередь в данной ситуации подразумевается усиление эластичности трансмиссионного механизма денежно-кредитной политики, а также уменьшение дисперсии депозитных ставок кредитных организаций.

И последней четвертой целью является снабжение экономики длинными деньгами. Как мы знаем, в российской экономике существует очень серьезная проблема развития бизнеса, компании не имеют возможности использовать дешевые займы в течение длительного срока. Именно поэтому компаниям очень тяжело реализовывать различные инвестиционные проекты, которые имеют достаточно большой срок окупаемости, соответственно процесс реализации очень замедляется. Данная проблема может быть частично устранена как раз-таки благодаря созданию финансового маркетплейса, который позволит более эффективно осуществлять переток средств с фондового рынка. Елена Чайковская, которая является советником первого заместителя председателя ЦБ РФ, дала комментарий на этот счет: «Маркетплейс дает возможность эмитентам напрямую продавать облигации населению и делать это через интеллектуальные витрины-агрегаторы, которые объяснят разницу между вкладом и облигацией, помогут их сравнить. А поскольку облигации традиционно позволяют привлечь средства на более длительный срок, чем банковское кредитование, и являются классическим инструментом финансирования долгосрочных проектов, развитие этого сегмента мы считаем одним из важных элементов роста тех самых „длинных“, многолетних денег, которые получает реальный сектор экономики».

Также очень важно обсудить экономическую базу, на основе которой будет осуществлять работу финансовый маркетплейс. В первую очередь платформа будет получать комиссионные вознаграждения, которые будут собираться как за привлечение каждого клиента, который решил приобрести какой-либо финансовый продукт через маркетплейс, так и за осуществление любой операции через данный механизм. Размещение своих финансовых продуктов и услуг на специализированной единой платформе дает кредитным организациям возможность использовать данную площадку, как дополнительный канал продаж, а также позволяет не только сохранить свою текущую клиентскую базу, но и увеличить ее благодаря удобству и комфорту, которые создает финансовый маркетплейс, и без больших денежных затрат. Еще одним положительным последствием формирования общего финансового супермаркета является то, что можно с легкостью реализовывать различные партнерские программы, увеличивать количество кросс-продаж, а в последствии за счет всего этого можно увеличить и размер комиссионных доходов компаний. Последним очень важным моментом является то, что через данную платформу будет возможность предлагать различные посреднические услуги, которые так или иначе связаны с покупкой страховых, банковских услуг и продуктов, а также с операциями, которые осуществляются на фондовом рынке.

Для полномасштабной реализации проекта и осуществления его на практике необходимо сформировать четкий институциональный блок, который будет включать хорошо проработанную нормативно-правовую базу для осуществления работы финансового маркетплейса.

Очень серьезным продвижением в этой области стало принятие двух федеральных законов в июле 2020 г.:

• Федерального закона № 211-ФЗ от 20 июля 2020 г. «О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы»;

• Федерального закона № 212-ФЗ от 20 июля 2020 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам совершения финансовых сделок с использованием финансовой платформы».

Федеральный закон № 211-ФЗ от 20 июля 2020 г. определяет список ключевых требований, которые будут предъявляться к субъекту, представляющему под собой оператора этой финансовой площадки.

• Данный субъект в обязательном порядке должен являться юридическим лицом, зарегистрированным в Российской Федерации. В соответствии с требованиями организационно-правовая форма юридического лица должна быть представлена в формате акционерного общества;

• Юридическое лицо подлежит обязательному занесению в реестр операторов финансовых платформ перед тем, как начать осуществлять деятельность в указанной области. Данный реестр ведет Банк России;

• К оператору цифровой площадки предъявляются требования в виде минимальной суммы капитала. В настоящий момент данная сумма составляет 100 миллионов рублей;

• Данный субъект может совмещать свою деятельность не со всеми другими видами деятельность, в этой сфере присутствуют определенные ограничения. Оператор может совмещать свою деятельность с депозитарной

деятельностью, с деятельностью регистратора, с деятельностью организатора торговли, но не может с деятельностью некредитной финансовой организации и с деятельностью кредитной организации;

• Осуществление внутреннего контроля и использование определенных механизмов управления и контроля за рисками является обязанностью оператора финансовой платформы;

• Данный субъект обязан соблюдать установленные законодательством требования в отношении защиты информации.

Мы считаем, что очень важно отметить, что требования к осуществляемой деятельности и правовому статусу, которые предъявляются к оператору цифровой площадки очень схожи с требованиями, которые Банком России предъявляются к кредитным организациям.

Стоит так же упомянуть о том, что в федеральном законе № 211-ФЗ от 20 июля 2020 года нет никаких упоминаний о использовании различных технологий для анализа биометрических данных, как метода идентификации клиента во время работы с финансовым маркетплейсом. На самом деле данная тема в последнее время вызывает большое количество споров и обсуждений. К сожалению, на текущей момент механизм, который позволял бы использовать биометрические данные, не имеет четких инструкций и правил, позволяющих сделать его понятным и безопасным. Именно поэтому пока что остается актуальным способ однократного посещения офиса с целью идентификации себя для представителя финансового маркетплейса.

Еще одним очень важным моментом являются Правила финансовой площадки. Оператор цифровой платформы обязан разработать и представить данный документ на своем официальном сайте, а также зарегистрировать его в Банке России. Данный документ должен быть составлен с учетом федерального закона № 211-ФЗ от 20 июля 2020 года и содержать требования к клиентам, которые регистрируются на данной площадке, условия договора об оказании услуг, а также список видов финансовых сделок. Именно договор об оказании услуг, позволяет оператору цифровой площадки осуществлять взаимодействие между покупателями и продавцами финансовых услуг в рамках маркетплейса.

С технологической точки зрения очень важную роль в осуществлении работы финансового маркетплейса играет регистратор финансовых транзакций. Он реализует интеграцию цифровых транзакций, которые совершают потребители на площадке маркетплейса. В Российской Федерации данные задачи выполняет Национальный расчётный депозитарий. Очень важно сказать, что информация из реестра данного регистратора имеет статус «золотая запись», то есть она является юридически значимым доказательством сделки, даже если у клиента нет бумажного подтверждения, которое в случае с финансовым маркетплейсом даже не оформляется.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

По мнению Банка России, формирование финансового маркетплейса является только началом развития в сфере использования различных онлайн механизмов на финансовом рынке. Использование результатов и накопленных знаний первого опыта создания данной площадки позволит в дальнейшем сформировать большое количество альтернативных площадок похожего вида.

В 2020 году мы видим устойчивую тенденцию на увеличение частных инвесторов на фондовом рынке. Причины в том, что по депозитам очень низкая доходность, также была принята новая система налогообложения вкладов в банках с 2021 года и последнее это то, что для частных инвесторов, которые открывают индивидуальные инвестиционные счета, предоставляются достаточно хорошие налоговые льготы. Именно поэтому, мы считаем, что функционирование финансового маркетплейса должно обязательно охватывать различные инструменты рынка ценных бумаг, должны быть созданы максимально комфортные механизмы для осуществления операций как квалифицированными, так и неквалифицированными инвесторами.

Также в 2020 году наметилась тенденция к росту объему ипотечного кредитования. В этой связи необходимо также создать механизмы ипотечного кредитования онлайн через финансовой маркетплейс. Предполагается, что все мероприятия будут проводиться также в онлайн формате (осуществление оценки залогового имущества, подача документов, заключение различных договоров и т. д.).

Однако важно отметить, что с создание и функционированием финансового маркетплейса ожидается смена бизнес-моделей финансовых организаций. Они начнут уделять больше внимания распространению своих услуг и продуктов именно через онлайн каналы продажи, а также предоставлению различных дополнительных и смежных услуг.

Создание данной цифровой платформы станет очень сильным импульсом к неразрывному взаимодействия между финансовыми организациями и IT компаниями. Так, по мнению представителя ассоциации «ФинТех», Татьяны Жаровой, «ряд крупных кредитных организаций на сегодняшний день уже вовлекают финтех-компании для интеграции. А такой механизм, как маркетплейс, существенно упростит взаимодействие».

На данный момент в реестре операторов финансовых платформ числятся 6 субъектов, 3 из которых было добавлено в 2020, 2 в 2021 и 1 в 2022 году. Все это доказывает, что популярность идеи создания финансового

маркетплейса растёт с каждым годом. А учитывая события пандемии COVID-19 и создания необходимой нормативно-правовой базы в 2020 году, данное направление будет активно развиваться и иметь заметные результаты уже в ближайшем будущем.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Если же проект ЦБ РФ будет успешно реализован, то нас безусловно ждет интеграция всех классических финансовых организаций с компаниями нефинансового сектора, а в особенности с IT компаниями. Также это может в корне изменить технологическую инфраструктуру, на основе которой функционирует весь финансовый сектор, и привести к необходимости изменения регуляторных процессов. Так, Сергей Швецов, первый заместитель председателя правления ЦБ РФ считает, что финансовый маркетплейс за период в течение трех лет сможет привлечь к себе пару десятков миллионов клиентов.

Однако важно отметить, что самым главным последствием внедрения финансового маркетплейса в жизни людей будет то, что их стандартные способы потребления финансовых продуктов и услуг очень сильно поменяются. По мнению председателя Комитета Госдумы по финансовому рынку Анатолия Аксакова функционирование финансового маркетплейса позволит увеличить использование различных банковских продуктов и услуг, а в перспективе и услуг, связанных с ценными бумагами и страхованием.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитие и эволюция современных технологий влечет за собой неизбежные изменения и в финансовой сфере. Сегодня мы видим устойчивый тренд к тому, что классические финансовые инструменты и институты заменяются новыми бизнес-моделями, которые совмещают в себе лучшее из традиционных моделей с новыми технологическими и инновационными идеями. Подтверждением всего этого является проект Банка России, который предполагает создание и функционирование финансового маркетплейса. Нами была предпринята попытка раскрыть основные сущностные моменты и особенности такого термина, как финансовый маркетплейс. Также нами была проанализирована нормативно-правовая база Российской Федерации, затрагивающая вопрос функционирования финансовых цифровых платформ. Были рассмотрены возможные перспективы формирования подобных площадок в России. Подводя итог, очень важно отметить, что уже в ближайшее время нас ждет бурное развитие финансовых маркетплейсов, увеличение их популярности и использования, что приведет к полному изменению функционирования финансового рынка, в особенности модели взаимодействия клиентов и продавцов финансовых продуктов и услуг.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Работа выполнена при поддержке департамента банковского дела и монетарного регулирования Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Научный руководитель: Профессор Криворучко Светлана Витальевна.

Автор благодарит департамент банковского дела и монетарного регулирования Финансового университета при Правительстве РФ, а также научного руководителя профессора Криворучко Светлану Витальевну.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Основные направления развития финансовых технологий на период 2018–2020 годов. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/84852/ON_FinTex_2017.pdf (дата обращения: 05.05.2022).

2. Подходы Банка России к развитию конкуренции на финансовом рынке: доклад. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/90556/Consultation_Paper_191125.pdf (дата обращения: 05.05.2022).

3. Ручкина Г. Ф. Современное состояние функционирования государственных информационных систем: некоторые вопросы применения электронных технологий в банковской сфере // Банковское право. 2020. № 4. С. 7–14.

4. Жукова О. В. Организационно-финансовая модель «маркетплейс» и конкурентные преимущества онлайн кредитования для российского ипотечного рынка жилья // Экономика и предпринимательство. 2019. № 11 (112). С. 729–733.

5. Минченкова И. В. Особенности современного рынка финансовых технологий // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2017. № 3. С. 61–66.

6. Магомедов Р. М. Развитие сервиса финансовых услуг «маркетплейс» в России // Самоуправление. 2020. № 3 (120). С. 283–286.

7. Шаманина Е. И. Маркетплейс – новая бизнес-модель трансформации финансового рынка России // Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика: Smart Nations: экономика цифрового равенства: материалы III Междунар. науч. форума. М., 2020. С. 251–256.

8. Покатаева Е. В игру вступает маркетплейс // Банковское обозрение. 2020. № 9 (259). URL: https://bosfera.ru/bo/v-igru-vstupaet-marketpleys (дата обращения: 30.11.2022).

9. Belomyttseva O. S., Grinkevich L. S., Grinkevich A. M. [et al.]. Tax incentives for bond-oriented individual investors: evidence from the Russian Federation // Journal of Tax Reform. 2018. Vol. 4, no. 2. P. 108–124.

10. Vlasova N. V., Eronin V. A. Transformation of banking technologies under economy digitalization: best practices of implementation // Economics and management: problems, solutions. 2018. Vol. 2, no. 11. P. 86–90.

УДК 66.042.882:66.012

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМЫ РЕКУПЕРАЦИИ ТЕПЛА

В. В. Турков

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение «Омский государственный технический университет», г. Омск, Россия

Аннотация. В работе оценена экономическая эффективность использования системы рекуперации тепла. Система рекуперации основана на передаче тепла от одного тела к другому с помощью рекуператора. Данная система позволяет уменьшить затраты на совершение технологического процесса потому, как увеличивается энергоэффективность установки. Рекуператор, рассмотренный в статье, используется на нефтеперерабатывающем заводе, но может быть установлен и в других отраслях. Количество сэкономленных ресурсов зависит от типа рекуператора и способа передачи тепла в нем. Сделан вывод о том, что рекуператор ОПТ-350/2,5-40/15 имеет коэффициент рекуперации 80 % из-за чего его срок окупаемости составляет 4.8 месяцев, а за 10 лет эксплуатации затраты предприятия снижаются на 429 миллионов рублей.

Ключевые слова: рекуперация, рекуператор, энергоэффективность, коэффициент рекуперации, теплообмен, экономическая эффективность.

I. ВВЕДЕНИЕ

Тепло – это энергия, которую получают расходом ресурса. Например, жидкое топливо, сжигание дров, нагрев тела с помощью электрического тока. Это все требует затрат средств, которые в долгосрочной перспективы будут довольно внушительными.

На предприятии, чтобы совершить технологический процесс, требуется энергия. Часть этой энергии может выделяться в виде тепла в конце этого процесса. Это тепло чаще всего не используется или же расходуется неэффективно, а следующий этап производства потребует ту же энергию. Тем самым, это ведет к энергетическим потерям предприятия.

Рекуперация является способом экономии энергии. Данный метод основан на использовании выделяемого тепла в качестве нагревательного ресурса. Энергоэффективность при данном способе значительно растет, так как снижаются затраты на совершение технологического процесса. Также при использовании данного метода предприятие экономит на средствах эксплуатации системы вентиляции, а, когда имеется ограничение в объеме потребляемой энергии, появляется возможность использования менее мощную нагревательную систему.

II. ТЕОРИЯ

Рекуперация тепла – процесс, при котором тепло от тела, выделяемого с установки по завершению технологического процесса или его этапа, передается входящему свежему телу. При таком методе входящий и выходящий газ не смешиваются, а только соприкасаются друг с другом через стенку аппарата рекурперации.

Рекуператор – рекуперационный теплообменник – устройство для совершения процесса рекуперации. Рекуператоры изготавливаются каждым производителем по-разному. Существует 5 типов рекуператоров: пластинчатые, роторные, рекуператоры с промежуточным теплоносителем, камерны и тепловые трубы. Они раз-

личаются по конструкции, способу передачи тепла, а также смешивается ли выходящий газ со свежим. Общей характеристикой всех рекуператоров является коэффициент рекуперации.

Данный коэффициент выражает отношение между максимально возможным полученным теплом и теплом, полученным в действительности.

Эффективность использования метода рекуперации можно рассмотреть на оребренном пластинчатом рекуператоре **ОПТ 1050-24/450-20**. Варианты сборки модуля рекуператора показан на рис. 1 [3].

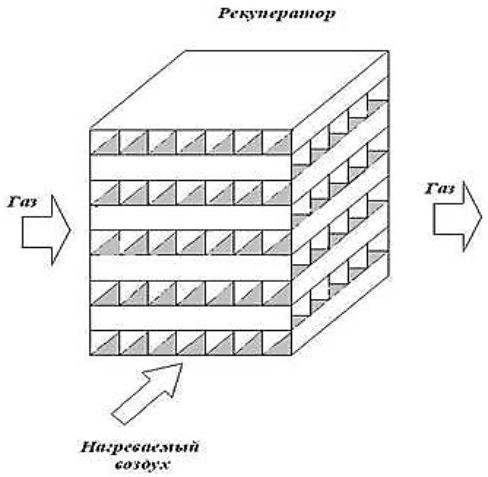


Рис. 1. Вариант сборки модуля рекуператора

Как показано на рисунке, полости для выходящего нагретого воздуха расположены отдельно от полости потока входящего воздуха, который необходимо нагреть. Теплообмен происходит за счет нагревания стенок рекуператора выходящим газом, а нагреваемый газ принимает от нагретых стенок тепло.

ОПТ 1050-24/450-20 обеспечивает рекуперацию при предельных значениях указанных в табл. 1[3]:

Таблица 1

Предельные значения использования рекуператора

Температура греющей среды, °С	1050
Объем греющий газов, тыс. $нм^3$/час	24
Температура нагреваемой среды, °С	450
Объем нагреваемых газов, тыс. $нм^3$/час	20

III. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТА

Технико-экономические показатели установки системы утилизации тепла с рекуператором ОПТ-350/2,5-40/15 с коэффициентом рекуперации 80 %на нефтеперерабатывающем заводе показаны в табл. 2[2]:

Таблица 2

Технико-экономические показатели установки системы утилизации тепла с рекуператором ОПТ-350/2,5-40/15

Показатель	Значение
Капитальные затраты	
Стоимость рекуператора, руб.	13 474 576
Обвязка, СМР, проектные работы и пр., руб.	3 836 186
Итого капитальные затраты, руб.	17 310 763
Текущая эксплуатация	
Тепловой поток, возвращенный обратно в печь, КВт	10 000
Экономия, $Нм^3$ газа в час	1 260
Стоимость 1 $Нм^3$ газа, руб.	4
Экономия на подогреве газа, руб./мес.	3 688 123

Окончание табл. 2

Показатель	Значение
Текущие затраты	
Электроэнергия, руб.	54 000
Ремонт приобретенного оборудования, руб.	43 277
Прочие, руб.	14 426
Итого текущие затраты, руб.	111 703
Срок окупаемости приобретения рекуператор, мес.	4,8
Экономический эффект применения рекуператора за 10 лет, руб.	429 170 485

IV. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Метод рекуперации экономически эффективен в использовании на предприятии. Экономия на потере тепловой энергии достигает ощутимых для предприятия размеров. По результатам расчетов такая установка окупается за 5 месяцев, а срок службы производителем указывается 10 лет.

V. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной статье представлены расчеты установки системы утилизации тепла с рекупертором ОПТ-350/2,5-40/15. За 10 лет срока службы нефтеперерабатывающий завод экономит на технологическом процессе около 430 млн. руб.

Данное значение гораздо больше стоимости установки и ее эксплуатации. Но в случае работы без нее затраты предприятия увеличиваются. Также положительным моментом использования системы с рекуператором будет фильтрация выходящего газа, что экономит средства, которые необходимы для установки фильтрации и ее энергоэффективность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Максимов В. Ф., Вольф И. В., Винокурова Т. А. Очистка и рекуперация промышленных выбросов / под общ. ред. В. Ф. Максимова, И. В. Вольф. М.: Лесн. пром-сть, 1989. 414 с.

2. Конструкторское бюро Мещерякова. Экономическая эффективность установки рекуператора. URL: http://kbm.by/rekuperatory/ekonomicheskaya-effektivnost-ustanovki-rekuperatora/ (дата обращения: 30.11.2022).

3. Злотин В. Е., Злотин Д. В., Калинин Н. М. Эффективные рекуператоры тепла нового поколения. URL: https://www.rosteplo.ru/Tech_stat/stat_shablon.php?id=2428 (дата обращения: 30.11.2022).

УДК 332.1

МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

К. Н. Халецкая

Омский государственный технический университет, Омск, Россия

K. N. Khaletskaya

Omsk State Technical University, Omsk, Russia

Аннотация. Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью обеспечения собственной конкурентоспособности территорий за счёт эффективной системы организации хозяйственной деятельности на основе преимуществ и особенностей конкретных территорий. Целью данного исследования является выявление особенностей маркетинга территорий и его целей по сравнению с другими видами маркетинга. Для достижения поставленной цели были выполнены следующие задачи: изучение маркетинга в общем понимании, изучение особенностей понятия территория, изучение особенностей деятельности по развитию территорий, выявление особенностей маркетинга территорий.

Ключевые слова: маркетинг территорий, цели маркетинга территорий, развитие территорий.

I. ВВЕДЕНИЕ

Маркетинг территории является очень важным направлением деятельности в структуре государственного и муниципального управления, так как от него зависит благосостояние регионов и муниципальных образований. В России данный вид деятельности появился сравнительно недавно. После разрушения системы централизованного управления в России обеспечение собственной конкурентоспособности и экономической устойчивости легло на плечи региональных и муниципальных властей; регионам требовалось восстановление, которое напрямую связано с развитием территорий, но его не могли обеспечить на достаточном уровне. Специальных государственных организаций для проведения маркетинга территорий в российской системе государственного и муниципального управления почти не существует, и ответственность за его проведение лежит в целом на неспециализированных органах власти региона или муниципального образования. Это является существенным недостатком, так как маркетинг территорий представляет собой очень сложную и масштабную деятельность, требующую больших затрат различных ресурсов и специальных знаний.

II. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Проведем сравнение маркетинга территорий с маркетингом в общем смысле, который осуществляется коммерческими организациями, чтобы увидеть разницу между этими видами маркетинга и специфические особенности маркетинга территорий.

Итак, маркетинг – это совокупность процессов, целью которых является повышение стоимости продукта и получение максимальной прибыли за счет удовлетворения потребностей потребителей.

Объектом маркетинга является продукт (товар или услуга). Продукт – это одна из форм удовлетворения потребностей, либо же всё, что может удовлетворить нужду потребителей и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения или потребления.

В маркетинге территорий объектом является особый товар – территория. Важно понимать, что территория – это не земельный участок. Территория рассматривается как пространственная социально-экономическая система, включающая в себя земли, а также экономику и население этой земли вместе со сложившимися связями, отношениями и взаимодействиями между элементами системы. То есть, под территорией понимается страна, регион, город или любое другое муниципальное образование.

В маркетинге может участвовать множество субъектов – организаций, социальных институтов и отдельных лиц. К основным субъектам маркетинга относятся:

- производители продукта;
- потребители продукта;
- финансовые посредники;
- информационные посредники;
- государственные структуры (муниципальные, региональные и федеральные);
- общественные структуры.

Инициатором маркетинга товара, производимого коммерческим предприятием, является чаще всего частное лицо, в основном совпадающее с владельцем предприятия. В то же время, владельцем или производителем товара в маркетинге территорий является государство. Основным заинтересованным лицом и инициатором маркетинга территорий также является государство, а не какое-то конкретное физическое или юридическое лицо. Почему государство заинтересовано в маркетинге территорий?

Целью государства является обеспечение безопасности и организация жизнедеятельности людей наилучшим образом. Оно достигает ее посредством государственного и муниципального управления, социально-экономическими задачами которого являются в том числе создание, поддержание и обеспечение благосостояния граждан, удовлетворение социальных потребностей населения, постоянное повышение качества условий жизнедеятельности населения.

Одним из направлений деятельности по достижению целей и задач государственного управления является развитие территорий, и маркетинг территорий – одна из его составляющих.

Конкретные цели государственного и муниципального управления, связанные с развитием регионов и муниципалитетов:

- развитие и укрепление общественных институтов, обеспечивающих устойчивое и надежное развитие регионов и страны в целом;
- формирование государственной политики, направленной на повышение благосостояния населения;
- обеспечение взаимовыгодного сотрудничества регионов и другие.

Целью маркетинга, проводимого коммерческим предприятием, является главным образом увеличение прибыли предприятия (в том числе за счет повышения стоимости продукта). Оно не обязательно повлечет за

собой развитие предприятия, изменение условий труда и оплаты труда рабочих, изменения в социальной сфере предприятия и, тем более, региона или муниципалитета. Увеличившаяся прибыль предприятия может переходить только к его владельцу и никак не влиять на процессы, происходящие на предприятии, или на работников.

Цели маркетинга территорий основаны на целях государственного и муниципального управления. Для маркетинга территории извлечение максимальной финансовой прибыли и повышение стоимости продукта не являются основными целями. Из этого исходит и следующая особенность маркетинга территорий.

Маркетинг территорий направлен в первую очередь на:

- повышение ценности региона (или муниципалитета) и заинтересованности в нем инвесторов, специалистов или простых граждан на основе представления о свойствах и пользе данной территории;
- поиск новых путей развития региона;
- привлечение людей в регион или муниципалитет для жизни или трудоустройства;
- обеспечение устойчивого развития региона или муниципального образования в долгосрочной перспективе.

Исходя из этого, можно сказать, что маркетинг территорий – это некоммерческая социально-направленная деятельность органов государственной и муниципальной власти с целью обеспечения устойчивого социально-экономического развития территории и повышения уровня жизни населения.

Перечисленные цели маркетинга территорий достигаются за счет повышения привлекательности территорий для инвесторов и других субъектов маркетинговой деятельности. В целом они совпадают с субъектами маркетинга любого другого вида. Способствовать маркетингу территорий и активно его поддерживать могут также естественные монополии на рынке конкретного региона или муниципального образования, учебные заведения и научные центры.

Повышение привлекательности территории осуществляется только после тщательного и подробного анализа особенностей данной территории и их совокупности. К особенностям можно отнести следующие свойства и качества территорий.

1. Климатические условия. Они могут иметь большое значение для области сельского хозяйства и влияют на выбор растений или животных, для которых климатические особенности данного региона станут оптимальными условиями. Также эти особенности могут стимулировать развитие туризма в регионе. На привлечение простого населения они тоже оказывают влияние, ведь известна тенденция миграции в регионы с более теплым и мягким климатом.

2. Особенности рельефа. Они станут скорее недостатком, чем преимуществом для потенциальных инвесторов, но для сферы туризма и рекреации наоборот послужат одним из основных факторов при выборе подходящей территории. Также могут иметь значение для отрасли сельского хозяйства, для которой равнинный характер территорий будет в приоритете.

3. Почвы региона. Являются одним из самых ценных ресурсов. Имеют большое значение для отраслей сельского хозяйства (как для животноводства, так и для выращивания различных культур), так как являются одним из основополагающих факторов урожайности и эффективности сельскохозяйственной деятельности.

4. Природные явления. Они могут скорее помешать осуществлению какой-либо деятельности. Поспособствовать они могут в основном только развитию сферы туризма и рекреационной деятельности. Как пример – водопад или термальные источники, на которые будет ездить большое количество туристов с близлежащих регионов, но при условии развитой инфраструктуры поблизости и наличия гидов, проводящих экскурсии, или хотя бы сопровождающих.

5. Полезные ископаемые. Достаточно важный элемент территорий, наличие которого может привлечь очень крупных инвесторов и развить в регионе отрасль по добыче или обработке природных ресурсов.

6. Экономические показатели. Богатство региона, уровень доходов населения, уровень жизни населения и подобные факторы будут влиять на выбор наиболее подходящей для развития в данном регионе или муниципалитете сферы деятельности, которая будет соответствовать возможностям и потребностям населения и региона (или муниципалитета) в целом.

7. Конъюнктура местного рынка. Здесь может быть проанализировано количество компаний различных отраслей экономики, их процентное соотношение, доля их дохода в структуре доходов региона и прочие показатели. На основе структуры экономики региона выбирается наиболее нуждающаяся в развитии и финансировании сфера.

8. Демографические показатели. В различных регионах и муниципальных образованиях могут существенно различаться демографические показатели: убыль и прирост населения, средний возраст населения, доля женщин, доля мужчин, соотношение детского населения и взрослого, трудоспособного и нетрудоспособного. Эти показатели важны для любого вида экономической деятельности, так как население составляет рабочую силу предприятий и одновременно является потребителем производимых предприятиями благ.

9. Особенности, связанные с количеством специалистов одной сферы в регионе. В силу каких-то обстоятельств в регионе может оказаться много высококвалифицированных специалистов определенной сферы, и тогда предприятия этой сферы деятельности актуально привлекать в данный регион или муниципальное образование. Первой причиной такой концентрации специалистов может быть прошлое региона. Например, когда-то на его территории был крупный нефтеперерабатывающий завод, а сейчас он перестал функционировать; опытные и квалифицированные рабочие в регионе остались в большом количестве. В таком случае актуально развивать смежные направления деятельности в данных регионах. Таким может стать химическая промышленность. Вторая причина – в регионе может располагаться несколько учебных заведений, обучающих будущих специалистов какой-то одной отрасли. Соответственно, именно эту отрасль следует развивать в данном регионе (муниципальном образовании). Например, в Омском государственном техническом университете обучается около 15 тысяч студентов, из которых большинство получает техническую профессию. Помимо ОмГТУ, в Омске есть множество других технических учебных заведений. Соответственно, в городе Омске актуально развивать производство и подобные отрасли, где требуется большое количество технических специалистов.

10. Культура и религия проживающих на различных территориях народов. В регионах России, выделенных по этническому признаку, может быть высокий спрос на особые виды товаров и услуг, актуальные только для данной среды. Например, развитие исламского банкинга достаточно актуально в регионах, где основная масса населения живет по канонам ислама. По оценкам экспертов, около 7-8 млн мусульман готовы воспользоваться исламскими банковскими услугами; емкость рынка составляет около 500 млрд рублей (по данным РБК). Развитию данного рынка сейчас уделяют достаточно много внимания. В Татарстане услуги исламского банкинга уже оказывает Ак Барс Банк, а другие крупные банки пока внедряют это отделение в свою структуру и обучают специалистов. Спрос на данный вид услуг стремительно растет. Регионы, где будут развиты подобные услуги, станут более востребованными среди мусульманской части населения России, в них произойдет перераспределение финансов из-за пользования населения банковскими услугами, что однозначно повлияет на благосостояние и развитие региона и муниципалитета, а также повысится комфорт граждан.

11. Условия предпринимательства и программы государственной поддержки. Условия, созданные для предпринимателей, в различных регионах могут отличаться. Например, в некоторых регионах может проводится эксперимент по установлению какого-либо специального налогового режима, либо могут предоставляться гранты на ведение определенных видов деятельности только в конкретных регионах, в развитии которых государство заинтересовано больше всего. Также существуют программы бесплатного получения земельных участков для ведения экономической деятельности либо проживания в отдаленных или северных регионах нашей страны. К ним относятся Республика Карелия, Республика Коми, Мурманская область, Дальний Восток и некоторые другие. Программа по предоставлению земельных участков под развитие территорий и ведение сельского хозяйства действовала также и в Краснодарском и Ставропольском краях.

Сочетание этих факторов делает каждую территорию абсолютно уникальной и позволяет на любую найти своего заинтересованного инвестора или граждан, которых она привлечет по каким-либо показателям для жизни или работы. В этом и есть смысл маркетинга территорий.

За счет привлечения инвесторов на определенные территории, в регионе или муниципальном образовании увеличивается количество хозяйствующих субъектов, что влечет за собой целый ряд положительных изменений в регионе (или муниципалитете). К ним относятся изменения в структуре доходов региона, в социальной структуре; перераспределение денежной массы; появление новых рабочих мест; появление новых предприятий, в том числе осуществляющих новые для региона виды деятельности; увеличение экономической активности региона; переезд в регион или муниципалитет новых людей, в том числе востребованных квалифицированных специалистов. Позитивные изменения будут различаться в зависимости от того, кто был привлечен в регион. Совсем разный эффект будет от, например, нефтеперерабатывающего завода и от новой базы отдыха на минеральных источниках.

III. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Маркетинг территорий преследует привлечение крупных игроков на рынок своего региона, способных оказать существенное влияние на его благосостояние, так как мелкое и среднее предпринимательство в подавляющем большинстве случаев не заинтересовано в особенных территориях и вряд ли сможет оказать существенное влияние на регион. Маркетинг территорий – гораздо более масштабная и серьезная деятельность, чем продвижение товара какого-либо другого типа. Здесь затрагиваются интересы целого региона или муниципалитета и преобразование природных особенностей территорий, а также особенностей инфраструктуры и общественных отношений региона или муниципалитета в конкурентное преимущество территории для конкретных крупных инвесторов и категорий населения. Маркетинг территорий – один из элементов структуры государственного и муниципального управления, направленный на поиск новых путей и направлений развития регионов и муниципалитетов, нежели простое увеличение прибыльности компаний или региона в целом.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ, БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель – доцент кафедры Менеджмент и сервис, канд.экон.наук, доцент, Чижик Вера Павловна.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Семилетова Я. И. Маркетинг территорий: учеб. пособие. СПб.: СПбГАУ, 2018. 129 с. URL: https://e.lanbook.com/book/162892 (дата обращения: 30.10.2022). Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Ергунова О. Т. Маркетинг территории: учеб. пособие / М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. 136 с.

3. Припотень В. Ю., Ободец Я. В. Особенности маркетинга территорий в системе экономического развития территорий // Менеджер. 2018. № 3. С. 103–108.

4. Ибрагимхалилова Т. В. Концепция маркетинга территорий в системе социально-экономического развития территорий // Вестник Донецкого национального университета. Сер. В. Экономика и право. 2018. № 2. С. 49–57.

УДК 004.422:005.95

РАЗРАБОТКА НФОРМАЦИОННОЙ ПОДСИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ МАТЕРИАЛОВ АО «АБ «РОССИЯ»)

Е. В. Хроль, Д. П. Беспалова, Л. Е. Попок

Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина, г. Краснодар, Россия

E. V. Khrol, D. P. Bespalova, L. E. Popok

Kuban State Agrarian University. I. T. Trubilina, Krasnodar, Russia

Аннотация. В статье проведено описание созданной подсистемы на основе материалов АО «АБ «Россия». Так как банк вышел на новый уровень развития и стал частью элитного финансового института России – ему необходима автоматизация некоторого сегмента. Анализируя деятельность банка было отмечено, что многие службы зачастую пользуются бумажными носителями. Идея разработанной подсистемы состоит в выявлении недобросовестных работников и повышении эффективности отделов. Результат - полученное веб-приложение позволяет, как и создавать всем сотрудникам организации отзывы о других работниках банка, так и формировать отчет отделу кадров по каждому работнику или отделу в целом. приведен пример положительных и отрицательных отзывов работников юридического, маркетингового и IT-отдела. Представлен код на языке разработки C# на платформе ASP.NET в среде разработки MS Visual Studio 2019.

Ключевые слова: информационная подсистема, управление персоналом, бизнес-процесс, банк, финансовое учреждение, база данных, отчет, веб-страница, платформа разработки, язык разработки.

I. ВВЕДЕНИЕ

В последнее время организации для эффективной работы используют в своих бизнес-процессах современные цифровые средства. Это касается и финансово-кредитных учреждений, которые осуществляют комплекс банковских услуг для корпоративных и частных клиентов [1].

Актуальность информационных систем последнего поколения на современном этапе выражается в поддержке предприятий важнейших отраслей. Стратегия развития банка включает в себя консерватизм. Но при этом необходима гибкость в финансовой политике, своевременное и масштабное освоение новых продуктов и технологий [2]. Банк априори придерживается принципов максимальной эффективности бизнеса. На сегодняшний день в банковскую группу входят компании различных секторов экономики.

Для активно развивающихся финансовых учреждений важным вопросом эффективно функционирующего кадрового менеджмента. Такие предприятия пытаются свести к минимуму все издержки на содержание

большого административного штата, на ведение документов и различные информационные услуги. Поэтому для больших финансовых организаций необходима автоматизация данных бизнес-процессов [3].

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Выделяя главную задачу автоматизации, необходимо сказать о повышение эффективности работы персонала. Для достижения этой цели используются различные инструменты. Например, создание автоматизированной базы персонала с оценкой работы, подготовка отчетов для выявления потребности в персонале для отдела кадров.

Благодаря разработанной подсистеме до руководства будет доходить достоверная информация насколько отдел и конкретный сотрудник справляется с поставленными задачами, а также грамотно составлять ротацию персонала для повышения показателей организации [8]. Это все поможет достичь цели финансовой организации и активизировать систему взаимоотношений внутри компании.

Проведя исследование предметной области и ее документобеспечения, сформулирован перечень функциональных и технических требований к системе, с учетом перечня, используемого технического и программного обеспечения, применяемого банком.

III. ТЕОРИЯ

В информационной системе необходимо предусмотреть выполнение следующих функций:

– создание базы данных (БД) сотрудников и отделов банка;

– создание БД таблицы отзывов;

– обеспечение возможности сотрудникам заполнять данные отзывы [5].

Также необходимо реализовать выполнение основных функций таких как формирование структуры отзывов в виде внешних файлов Word.

Разработанная информационная система относится к системам справочно-учетного типа, работающая в диалоговом режиме. Для реализации автоматизированной информационной системы выбрана смешанная модель организации построения «клиент-серверной» архитектуры, сочетающей, в себе принципы организации как модели доступа к удаленным данным (RDA), модели организации сервера базы данных (DBS) и организации модели сервера приложений (AS) [9].

Организация смешанной модели построения «клиент-серверной» архитектуры реализуется с помощью языка C# в Visual Studio [10].

Техническое задание на проектирование автоматизированной информационной системы для банка предназначено для обеспечения процесса отзыва сотрудников друг о друге, с помощью которого специалисты отдела кадров смогут выявлять проблемных сотрудников отделов.

Предъявляемые требования обеспечат надежное функционирование автоматизированной информационной системы, достоверность личных данных сотрудников и оперативность формирования и получения отчета [6].

Для данной информационной системы можно выделить три таблицы БД (рис.1): Сотрудники, Отделы и Отзывы. Таблица сотрудников должна содержать следующую информацию: Фамилию, Имя, Отчество, Телефон и Email сотрудника. Таблица отделов состоит из: Наименования отдела, Руководителя отдела, Количества сотрудников и Количества рабочих мест. Таблицы отзывов содержит информацию о сотруднике, отделе, отзыв и дату написания.

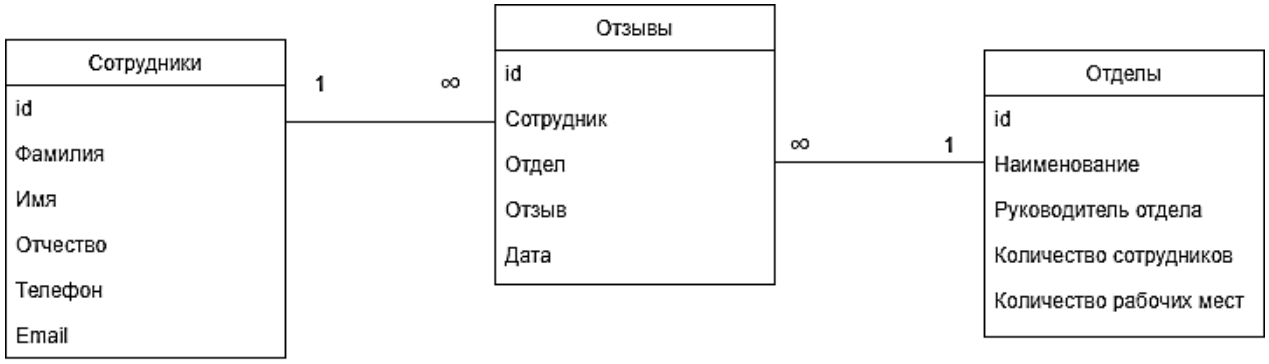


Рис. 1. Логическая модель базы данных

Для разработки клиентского веб-приложения была выбрана платформа ASP.NET в среде разработки MS Visual Studio 2019. Основные преимущества платформы ASP.NET:

− значительное сокращение объема кода, необходимого для создания больших приложений;

− высокая производительность благодаря использованию преимуществ раннего связывания, своевременной компиляции, встроенной оптимизации и служб кэширования прямо из коробки;

− богатый набор инструментов и дизайнер в интегрированной среде разработки Visual Studio;

− исходный код и HTML вместе, поэтому страницы ASP.NET легко поддерживать [7];

− исходный код выполняется на сервере, что обеспечивает большую мощность и гибкость веб-страниц;

− мощная система маршрутизации [4].

Выбор СУБД можно обосновать быстротой работы, безопасностью и сферой применения – веб-программирование.

Соответственно, языком для разработки должен быть C#, так как выбранная платформа – ASP.NET, для редактирования разметки – HTML, запросы для БД – SQL.

правого края. При ссылке на формулу в тексте статьи номер формулы указывается также в круглых скобках.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В примере кода прописано создание страницы на основе Normal.dot [10]:

```
protected void Button4_Click (object sender, EventArgs e)
{
var app = new Microsoft.Office.Interop.Word.Application();
Object template = Type.Missing;
Object newTemplate = Type.Missing;
Object documentType = Type.Missing;
Object visible = Type.Missing;
app.Visible = true;
var doc = app.Documents.Add(ref template, ref newTemplate, ref
 documentType, ref visible);
var rng = doc.Range();
rng.Font.Size = 16;
rng.Font.Name = "Arial";
rng.ParagraphFormat.Alignment =
 Microsoft.Office.Interop.Word.WdParagraphAlignment.wdAlignParagraphCenter;
rng.Text = "Сотрудники";
```

В данной информационной системе представлены следующие страницы (рис. 2):

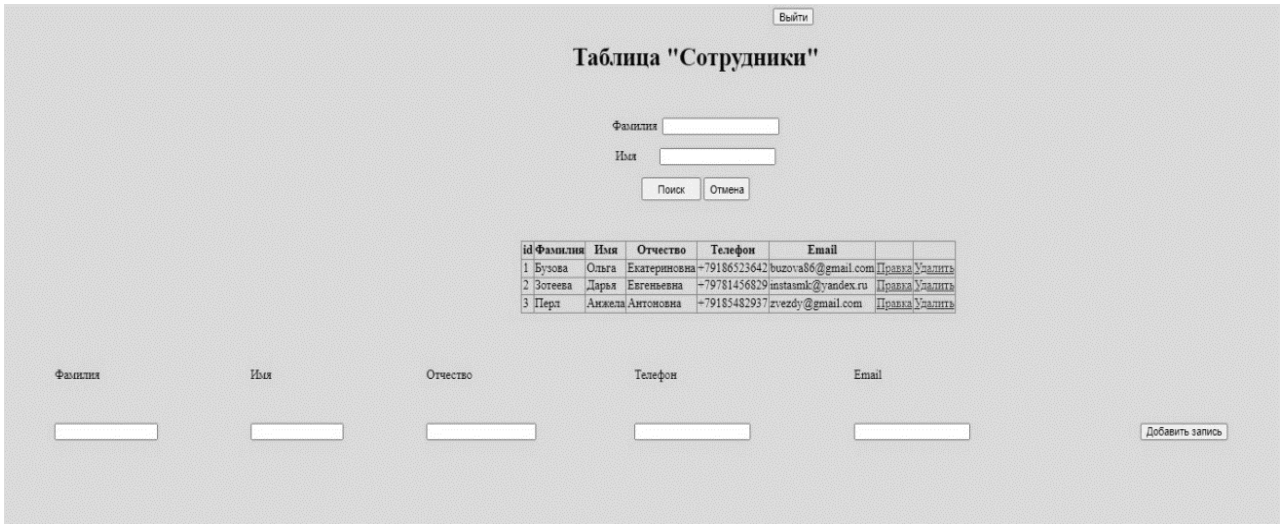


Рис. 2. Страница Таблица «Сотрудники»

На данной форме возможно удаление, редактирование или добавление записи с помощью следующего кода:

```
Object style = "Таблица «Сотрудники";
tbl.set_Style(ref style);
tbl.Cell(1, 1).Range.Text = "№";
tbl.Cell(1, 2).Range.Text = "Фамилия";
tbl.Cell(1, 3).Range.Text = "Имя";
tbl.Cell(1, 4).Range.Text = "Отчество";
tbl.Cell(1, 5).Range.Text = "Телефон";
tbl.Cell(1, 6).Range.Text = "Email";
int i = 1;
foreach (GridViewRow row in GridView3.Rows)
{
Object beforeRow = Type.Missing;
tbl.Rows.Add(ref beforeRow);
tbl.Cell(i + 1, 1).Range.Text = Convert.ToString(row.Cells[0].Text);
tbl.Cell(i + 1, 2).Range.Text = Convert.ToString(row.Cells[1].Text);
tbl.Cell(i + 1, 3).Range.Text = Convert.ToString(row.Cells[2].Text);
tbl.Cell(i + 1, 4).Range.Text = Convert.ToString(row.Cells[3].Text);
tbl.Cell(i + 1, 5).Range.Text = Convert.ToString(row.Cells[4].Text);
tbl.Cell(i + 1, 6).Range.Text = Convert.ToString(row.Cells[5].Text);
tbl.Cell(i + 1, 7).Range.Text = Convert.ToString(row.Cells[6].Text);
i++;
}
```

Так же осуществляется поиск сотрудника по имени и фамилии. Кнопка «Выйти» возвращает на главную страницу:

При нажатии на «Отделы» на главной странице выводится следующая форма (рис. 3):

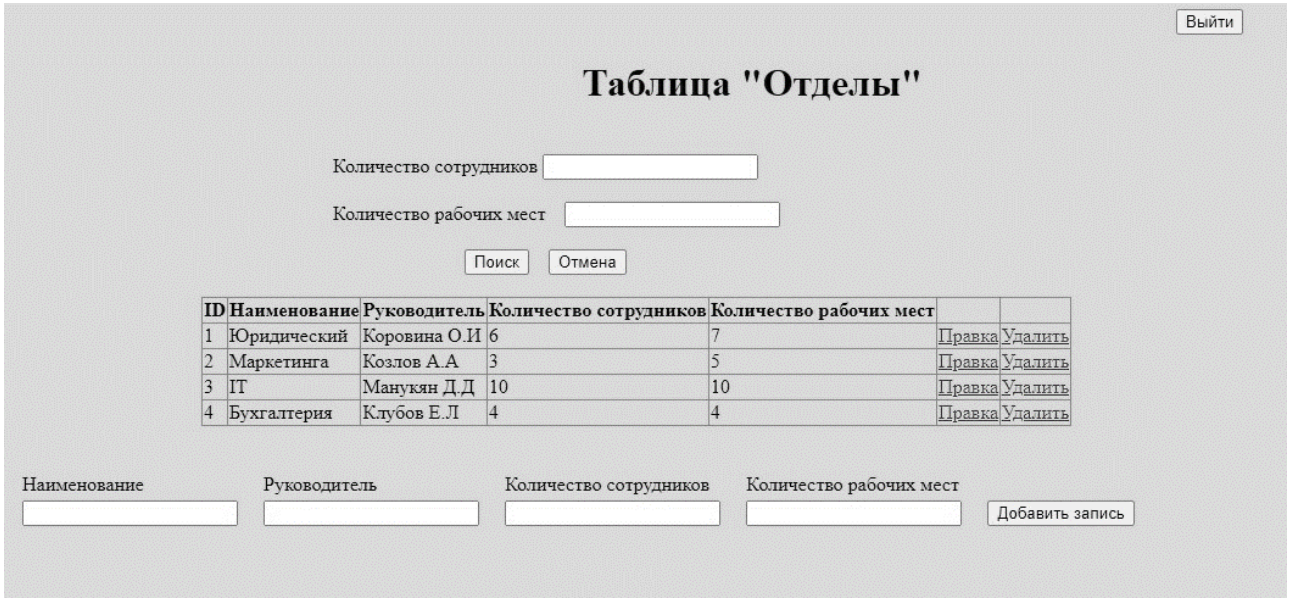


Рис. 3. Форма отделы

Данная форма выполняет аналогичные действия, как на странице Сотрудники.

При нажатии на кнопку «Отзывы» на главной странице выводится таблица отзывов (рис. 4).

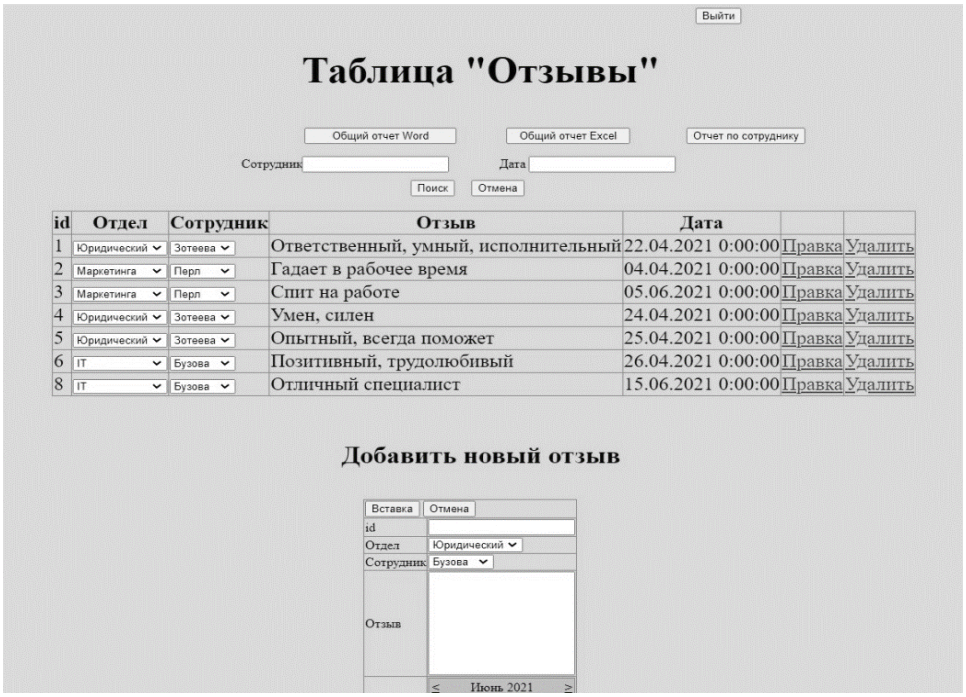


Рис. 4. Форма Отзывы

Данная страница позволяет добавлять новый отзыв о сотруднике банка и формировать соответствующий отчет в Word как по всем сотрудникам (рисунок 5).

Код, соотвествующей данной процедуре:

```
foreach (GridViewRow row in GridView2.Rows)
{
Object beforeRow = Type.Missing;
tbl.Rows.Add(ref beforeRow);
tbl.Cell(i + 1, 1).Range.Text = Convert.ToString(row.Cells[0].Text);
tbl.Cell(i + 1, 2).Range.Text = Convert.ToString(row.Cells[1].Text);
tbl.Cell(i + 1, 3).Range.Text = Convert.ToString(row.Cells[2].Text);
tbl.Cell(i + 1, 4).Range.Text = Convert.ToString(row.Cells[3].Text);
tbl.Cell(i + 1, 5).Range.Text = Convert.ToString(row.Cells[4].Text);
i++;
}
 tbl.Rows[1].Range.Font.Italic = 1;
 tbl.Rows[1].Range.ParagraphFormat.Alignment =
 Microsoft.Office.Interop.Word.WdParagraphAlignment.wdAlignParagraphCenter;
//отображение сформированного документа
app.Visible = true;
}
protected void SqlDataSourceWord_Selecting(object sender, SqlDataSourceSelectingEventArgs e)
{
}
protected void SqlDataSourceCredits1_Selecting(object sender, SqlDataSourceSelectingEventArgs e){
}
protected void GridView3_RowDataBound(object sender, GridViewRowEventArgs e)
{
if (e.Row.RowType == DataControlRowType.DataRow)
if (e.Row.RowState == DataControlRowState.Normal || e.Row.RowState ==
 DataControlRowState.Alternate)
{
}
}
```

Список отзывов

Номер	*Отдел*	*Сотрудник*	*Отзыв*	*Дата*
1	Юридический	Зотеева	Ответственный, умный, исполнительный	22.04.2021 0:00:00
2	Маркетинга	Перл	Гадает в рабочее время	04.04.2021 0:00:00
3	Маркетинга	Перл	Спит на работе	05.06.2021 0:00:00
4	Юридический	Зотеева	Умен, силен	24.04.2021 0:00:00
5	Юридический	Зотеева	Опытный, всегда поможет	25.04.2021 0:00:00
6	IT	Бузова	Позитивный, трудолюбивый	26.04.2021 0:00:00
8	IT	Бузова	Отличный специалист	15.06.2021 0:00:00

Рис. 5. Экспорт в Word

В результате разработки информационной подсистемы управления персоналом организации было написано веб-ориентированное приложение с возможность формирования отчета в текстовом редакторе Word. Данная система будет использована работниками отдела кадров и в дальнейшей доработке – руководителями организации. Так, данная разработка поможет на 20% сократить использование бумажных носителей, на 18% сократится работа специалиста отдела кадров для изучения документов и на 47% планируется увеличение производительности всех работников банка за счет системы отзывов.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результаты разработанной системы говорят о том, что производительность и эффективность работы специалистов банка возрастет в несколько раз. Система автоматизации системы отзывов для отдела кадров позволит уменьшить «человеческий» фактор ошибок, определит неквалифицированных работников и прозрачность системы позволит решить конфликты внутри коллектива.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Вывод по статье можно сделать следующий: автоматизация бумажных дел необходима всем современным организациям, ведь за счет электронных систем возможно контролировать многие бизнес-процессы. Пользуясь современной литературой, прослеживается возрастающая роль применение баз данных и различных языков программирования для автоматизации бизнес-процессов организаций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акутина В. А. Исследование эффективности управления персоналом в коммерческом банке // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2017. № 5–4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-effektivnosti-upravleniya-personalom-v-kommercheskom-banke (дата обращения: 03.08.2022).

2. АО «АБ «РОССИЯ» // Банк Россия: офиц. сайт. URL: https://abr.ru (дата обращения: 01.08.2022).

3. Липунова Л. Ф., Иремадзе Э. О. Роль информационных технологий в системе управления персоналом // Скиф. 2021. № 4 (56). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-informatsionnyh-tehnologiy-v-sisteme-upravleniya-personalom (дата обращения: 05.03.2022).

4. Прайс М. Дж. C# 7 и .NET Core. Кроссплатформенная разработка для профессионалов. СПб.: Питер, 2018. 640 с.

5. Мирончук В. А., Косников М. С. Роль современных информационных технологий в условиях цифровой трансформации // Мобильность и миграция учителей в условиях цифровой и социокультурной трансформации: сб. тр. Междунар. науч.-практ. конф. / Липец. гос. пед. ун-т им. П. П. Семенова-Тян-Шанского. Липецк, 2021. С. 85–88.

6. Михайлова О. Д., Попок Л. Е. Преимущества использования баз данных в системе управления организаций // Информационное общество: современное состояние и перспективы развития: сб. материалов XII Междунар. форума. Краснодар, 2019. С. 170–171.

7. Осипов Н. А. Разработка приложений ASP.NET с применением Entity Framework. СПб.: Изд-во Ун-та ИТМО, 2016. 80 с.

8. Потапова О. А., Кумратова А. М., Юнин М. А., Стрелин Д. К. SQL как мощный инструмент манипулирования данными в аналитике // Цифровизация экономики: направления, методы, инструменты: сб. материалов III Всерос. науч.-практ. конф. Краснодар, 2021. С. 329–331.

9. Танатканова А. К., Жамбаева А. К. Построение клиент-серверных приложений // Наука и образование сегодня. 2019. № 6–2 (41). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/postroenie-klient-servernyh-prilozheniy (дата обращения: 01.08.2022).

10. Начало работы с C# и ASP.NET Core в Visual Studio // Microsoft-облачные технологии, приложения и игры: сайт. URL: https://docs.microsoft.com/ru-ru/visualstudio/get-started/csharp/tutorial-aspnet-core?view=vs-2019 (дата обращения: 28.08.2022).

УДК 004:553.98

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА НЕФТЕГАЗОДОБЫВАЮЩУЮ ОТРАСЛЬ

В. А. Шадрин
ОмГТУ, Омск, Российская Федерация

V. A. Shadrin
OmSTU, Omsk, Russian Federation

Аннотация. Статья посвящена исследованию влияния цифровизации на нефтегазовую отрасль. Во всем мире цифровые технологии в последнее время развиваются активно. Цифровая модернизация нефтегазовых компаний за счет применения инновационных цифровых технологий позволит повысить эффективность добычи углеводородов, даст дополнительные возможности роста нефтегазовых компаний и отрасли в целом.

Ключевые слова: цифровизация, инновации.

I. ВВЕДЕНИЕ

В виду мировых тенденций последних лет в области развития возобновляемых источников энергии, все меньше внимания уделяется внимания нефтегазовой отрасли. Частью четвертой промышленной революции является цифровизация, которая все больше оказывает влияние на нефтегазовую отрасль. Передовые методы решения в разведке и добычи нефти (big data) способствуют повышению конкурентоспособности добываемых углеводородов, путем снижения затрат по добычи и увеличению предложения нефти. Новая тенденция не обошла РФ, на данный момент в России по разным подсчетам 40 проектов интеллектуальных месторождений, способных добывать около 140 млн т или около 27% от общей производственной мощности. Но на пути к цифровизации нефтегазового дела РФ имеются определенные трудности. Такого рода трудности влекут за собой не только огромные финансовые вливания, но и риски несоответствия финансирования с объемом и экономией добычи.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью статьи является изучение из открытых источников информации о цифровизации и ее влиянии на нефтегазодобывающую отрасль. Задачи, которые ставятся в данной статье можно сформулировать следующим образом: какие существуют технологии влияющие на нефтегазодобывающую отрасль, какие перспективы развития данной отрасли.

III. ТЕОРИЯ

В РФ IT технологии в последнее голы добились значительных успехов. Мировой рынок аналитики больших данных примерно оценивается в $41,85 млрд по итогам 2019 года. Предполагается рост до $115,13 млрд, при средней динамике в 11,9% в течение прогнозируемого периода с 2020 по 2028 год. Но на данный РФ не добилось таких же инновационных достижений как мировые IT-лидеры. Из $189,1 млрд., предположительно, добьется мировой рынок Big Data в 2019 году, РФ получит менее 0,4%. На Всемирном экономическом форуме РФ находится на 43-е место по цифровизации экономики и 36-е место по экономическим и инновационным результатам использования цифровых технологий. Для РФ самыми проблемными для конкуренции на международном рынке цифровых технологий являются слаборазвитые государственные и частные институты и финансовый рынок. Учитывая эти проблемы и добиваясь максимизации нашей страны в области реализации информационных технологий задействована программа «Цифровая экономика Российской Федерации». В 2019 году, эта программа охватывает 5 основных направлений улучшения цифровой экономики в Российской Федерации на период до 2024 года. Направления, рассматриваемые в программе, затрагивают кадры и образование, создание научно-исследовательских групп и технологий и информационную безопасность. Сложно предположить,сколько направлений будут связаны с нефтегазовой отраслью. Но можно быть уверенными в том, что общие результаты направлений положительно повлияют на отрасль в целом. Причинами такого позитивного настроя является колоссальный объем бизнеса, приобретенный опыт и рассказанными множеством ключевых лиц планов компаний.

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Одним из самых масштабных и потенциально выгодных элементов цифровизации являются большие данные, интернет вещи и цифровые двойники. Данные элементы объединяются в один продукт, именуемый «интеллектуальное / умное» месторождение. Эти месторождения появились под влиянием двух факторов. Одним является развитее дистанционного управления скважинами, а с другой – развитием IT методов расчета и моделирования геологии, гидродинамики и оптимизированному анализу историй разработки активов. И результатом комбинирования этих факторов является умное месторождение. В настоящее время умных месторождений достаточно для увеличения добываемого сырья и снизить затраты на добычу до 10% (Таблица 1).

Таблица 1

Эффективность различных технологий интеллектуального месторождения

Разработчик	Технология	Влияние на запасы / добычу	Влияние на экономику
Shell	Smart Field	КИН до +10% КИГ до +5%	Простои до -10% Затраты до -20%
Chevron	i-field	КИН +6% Добыча +8%	-
Seven Lakes Technologies	Field Data-Gathering Workflow	Добыча +1–2%	-

Технология Smart Field позволяет точно моделировать всевозможные события и сценарии. Такой вид технологии дает возможность не проводить реальные эксперименты, тем самым экономя средства и предопределяют вероятные аварии, а также позволяет прогнозировать состояние месторождения.

Интеллектуального месторождения (i-field) отличается от других технологий тем, что ее главной составляющей является – организационная. Она позволяет вводить новые инструменты параллельно изменяя процессы управления и взаимосвязи всех элементов.

Интернет вещей (IoT) и огромные массивы данных очень востребованы для оптимизации работы действующего фонда или новых мест бурений. Так компания Seven Lakes Technologies разработала технологию Field Data-Gathering Workflo (FDG). Работники оснащены портативными устройствами с выводом данных со скважины, поступающего с IoT, что позволяет более быстро реагировать на изменения в зоне добычи. По словам разработчика, компания, добывающая 50 тыс. б.н.э./сут. при цене 45 долл./барр. и использующая технологии FDG, способна увеличить добычу на 2%.

Комбинация развития цифровых продуктов и производственных решений будет значительно влиять на объемы предложения нефти за счет роста коэффициента извлечения по мере развития технологий. В отчете МЭА 2013 г. Resources to Reserves ресурсный потенциал традиционной нефти на суше и континентальном

шельфе оценивается в 2,7 трлн барр., еще 3,2 трлн барр. – это перспективные ресурсы различных категорий нетрадиционных запасов (плотные породы, нефтяные сланцы, нефтеносные пески, высоковязкая нефть и т. п.). Более эффективные технологии с использованием цифровых решений позволят вовлечь часть таких ресурсов в разработку. Основной результат будет наблюдаться на действующих проектах на суше и нетрадиционных УВС, так как их потенциал самый значительный. Еще одно последствие цифровизации: рост операционной эффективности будет удешевлять стоимость новой добычи. Больше всего затраты на разработку снизятся на тех объектах, где сейчас активно внедряются новые дорогостоящие технологии (глубоководный шельф, плотные породы), а значит, умные решения дадут более существенный эффект за счет высокой базы.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Потребность нефтегазовой отрасли в ведении новых цифровых технологий позволит сократить расходы на разработку и добычу углеводородов, а также увеличит объемы добываемого сырья, что в дальнейшем позволит без каких либо проблем конкурировать с новыми источниками энергии.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время все методы цифровизации имеют единичный характер, что не позволяет достичь значительного увеличенной добычи при уменьшении затрат. Такие разработки позволяют придти к положительным результатом только при комплексном подходе. Но есть переспективы развития, так к 2035-2050 г подобные технологии смогут выйти на повсеместный уровень. Хотя по количеству вложений в цифровые решения нефтегазовая отрасль пока значительно отстает от лидеров трансформации – банков, телекомов и ИТ-компаний, – инвестиции все же осуществляются активно.

ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ. БЛАГОДАРНОСТИ

Научный руководитель профессор, доктор экономических наук Яковлева Елена Владимировна

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Цифровая трансформация нефтегазовой отрасли: популярный миф или объективная реальность? URL: http://oilandgasforum.ru/data/files/Digest%20site/DAIDJEST%20WEB2.pdf2 (дата обращения: 30.11.2022).

2. Цифровая экономика Российской Федерации. URL: http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7y LVuPgu4bvR7M0.pdf (дата обращения: 30.11.2022).

3. Интеллектуальное месторождение: инновационные технологии от скважины до магистральной трубы. URL: https://oilgasconference.ru/upload/iblock/05d/sbornik-dokladov-oilgasconference- _oktyabr-2017_.pdf (дата обращения: 30.11.2022).

УДК 378:621.397

ТВОРЧЕСТВО И ТЕХНОГЕННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ ТЕЛЕВИДЕНИЯ ТАШКЕНТСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Н. Ю. Юсупова

Ташкентский университет информационных технологий им. Мухаммада аль-Хоразмий, Ташкент. Узбекистан

N. Yu. Yusupova

Tashkent University of Information Technologies named after Muhammad al-Khorezmi. Tashkent. Uzbekistan

Аннотация: Современный образовательный процесс строится на фундаменте базовых знаний о предмете и дополняется новейшими идеями и творческими предложениями, которые позволяют расширить диапазон знаний обучающегося и придать новое звучание лекциям и практическим занятиям педагога. Ни одна дисциплина в современном мире не терпит статичности. Современное образование в области подготовки телевизионных деятелей искусств зачастую сводится к стандартным занятиям,

включающим технические основы. В связи с этим автором показана необходимость внедрения инновационных компонентов в образовательный процесс.

Ключевые слова: Современное телевизионное образование, аудиовизуализация, инновации, педагогические технологии, компетенция.

I. ВВЕДЕНИЕ

В науке и философии термин «парадигма», расшифровывается как определённый набор концепций или шаблонов мышления, которые состоят из теории, методов исследования, постулатов и набора стандартов в соответствии с которыми, осуществляются последующие построения, обобщения и эксперименты в любой рассматриваемой области. Следуя вышесказанному, вырисовывается, казалось бы, четкая мысль по - поводу образования в сфере телевизионной направленности студентов технических ВУЗов.

Образовательная парадигма технических направленностей, (к которым относится, например, преподавание телевизионных специальностей), человеко-ориентирована по содержанию и предполагает глубокие знания об обществе и природе, о человеке и его психологии с включением их в содержание технических наук.

Образование - необходимый и важный фактор развития, как политики, экономики так и культуры, искусства, да и всего общества в целом по любому направлению. Результатом образования является интегрирование полученного объема знаний, навыков и умений с личностными качествами индивида и способность самостоятельно использовать свои знания и компетенции. От образования зависит действенность всех социальных, экономических, политических процессов развития общества. А в глобальном смысле, в плане пользы для государства происходит наращивание интеллектуального, духовного и социокультурного потенциала населения. Для того, чтобы технологии, созданные человеком, служили во благо самому человеку, и не стали концом эры самого человека, новое поколение, ориентированное на активное использование инноваций, должно отслеживать в режиме постоянного контроля все технологические изменения этого мира и держать руку на пульсе, в плане экологичности использования этих технологий. «Потребность изучать то лучшее, что было найдено и проверено **временем,- удел настоящих художников, мастеров, достигших мирового** признания. И тому не мало примеров, достойных подражания» [3.с,72].Новое поколение не столь привержено принятию и восприятию истории, как взрослое поколение, аналоговой эпохи. Это не обобщение, но констатация фактов. Век технологических прорывов, тем не менее, нуждается в креативном подходе.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Что касается современного высшего образования в телевизионной сфере, очевидно, что оно не нацелено только на взращивание технически-подкованных специалистов, а обеспечивает всестороннее расширение культуры и креативности мышления у студентов. В связи с этим, хочется чтобы программы подготовки студентов в технических вузах, модернизировались постоянно. «Сегодня основной упор должен быть сделан преимущественно на индустрию знаний, в которой высшее профессиональное образование становится наукоемкой отраслью, а само знание - ведущей ценностью современного развития. Современное развитие высшего профессионального образования как системы должно реализовываться как через классические, так и неклассические знания, необходимые для выработки целостного мышления. Эти знания могут быть получены на основе интеграции гуманитарных, естественных и технических наук» [2. с , 20].

Основой основ при создании теории обучающих программ должны стоять идеи о необходимости в современном технологическом мире формирования проектного мышления и обеспечения целостного учебного процесса; создания условий для самостоятельного приобретения знаний; усиления профориентационного аспекта еще в процессе обучения; формирования мотивации к самообразованию. Когда у студентов технических специальностей, появляются в расписании предметы с гуманитарной, психологической или креативной направленностью, это вводит их в небольшое замешательство. С одной стороны, понятно смущение молодого человека, пришедшего в ВУЗ получать специальность, допустим инженера телевизионных коммуникаций, увидевшего в сетке расписания такие предметы как: «психология творчества», «социология» и пр. С другой стороны, современная молодежь уже должна быть готова к тому, что профессия не складывается из одних лишь узконаправленных технических знаний, и воспринимать наличие предметов связанных с креативизацией, социологией и психологией как замечательную возможность улучшать свои личностные качества день за днем. Именно умение влиться в любой коллектив без стресса и долгой адаптации

– является важным умением, которое так необходимо современному молодому человеку. «Сегодня трудно представить претворение в жизнь планов по построению рыночной экономики без участия студенческой молодежи» [1, с. 17].

III. ТЕОРИЯ

Молодежь участвует абсолютно во всех сферах жизнедеятельности Государства, поэтому и образовательные процессы должны быть выстроены таким образом, чтобы компетенции по всем основным направлениям коммуникаций в обществе росли одновременно с общими профессиональными навыками. Это не так просто, как кажется на первый взгляд. Но тем интереснее постановка вопроса о качественном креативном образовании для молодежи в техническом ВУЗе. Ни один педагог не в состоянии овладеть всеми современными методами преподавания, и уж тем – более внедрить их в свою практику. Но в силах педагога создать что-то свое, эксклюзивное, в преподнесении науки студентам, дабы облегчить усвоение материала и сделать так, чтобы знания закрепились в долгосрочную память. В технически – ориентированных университетах и институтах очень часто наблюдается картина, где искусство, креативное мышление и творческий подход уходят на второй или даже третий план. «Переход искусства, с его классическими канонами и устоявшимися традициями, к новейшим методам воплощения идей, имеет глубокие исторические корни. Современная ориентация искусства на синтез традиций и новых техногенных внедрений, как никогда востребована в мире. Симбиоз человека и техники в творчестве, ведет свой долгий временной диалог. Началом аудиовизуализации в искусстве стало время создания технологий, которые фиксировали визуальное и звуковое пространство новыми способами. Благодаря непривычному, новому умению запечатлеть художественный образ, рождалось и новое умение художников, творить аудиовизуально. Помимо меняющегося инструментария у художников всех направлений, менялось и восприятие зрителя. Оно трансформировалось в новое умение видеть образы, слышать их и воспринимать, как в театре, так и в экранных видах творчества, и в мультимедиа пространстве» [4. с, 11].

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

В результате слаженной, четкой работы руководства Вуза и педагогов, учебный процесс построен таким образом, что подготовка студентов ведется комплексно, в постоянном взаимодействии технических направленностей и творческих заданий. Расширяя горизонты умений и знаний обучающихся в креативном потоке, руководство университета, обеспечивает таким образом восполнение нехватки свободолюбивых, заинтересованных и мотивированных кадров на рынке труда. Следует отметить тенденцию, которая наблюдается в последнее время среди педагогов Ташкентского университета информационных технологий им.Мухаммада аль-Хоразмий, направленную на улучшение преподавания путем изменения учебных программ в сторону раскрытия творческого потенциала студентов. Тем более, важно отметить, что большой процент выпускников устраивается работать на телевидение, радио, и даже в кинематографию. То есть, сама будущая специальность говорит о том, что важно иметь широкий спектр знаний, отличный кругозор и творческое начало. Помимо теоретической части, важно отметить, что практические занятия пересмотрены и перестроены в пользу студентов. Одним из наиболее важных достижений является открытие Медиацентра в 2019 году. Этот шаг позволил огромному количеству молодых людей, а так же профессорско- педагогическому составу Ташкентского университета информационных технологий имени Мухаммада аль-Хорезмий, повысить уровень владения современной аудиовизуальной аппаратурой, техниками и технологиями ее применения, а также создать благоприятную базу для того, чтобы молодежь творил ав модернизированной, творческой атмосфере. Можно с уверенностью сказать, что обучение в Университете ТУИТ, вышло на новый уровень.

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Решение творческой задачи - это целая система знаний и компетенций. А решение творческой задачи, человеком из мира техники, это особая система применения знаний на практике, с нахождением правильного решения и построением такого алгоритма действий, который приведет к вдохновляющему результату. Одним из центральных двигателей прогресса творческого мышления в обучении студентов «технарей», является конечно же мотивация. Как известно между творческим мышлением и мотивацией существует тесная связь. Побуждение студентов расти в выбранной специальности, двигаться вперед, а не праздно влачить существование до получения диплома, задача не из легких, но вполне выполнимая. Если обучение связано с интересными занятиями и не скучными заданиями, то и мыслительная деятельность активируется в положительном ключе. Нужно отметить интересный факт, который был отмечен во время пандемии 2020-2021 годов. Известно, что в определенный период времени, обучение во многих ВУЗах мира перешло в систему «он-лайн». Каждое учебное заведение должно было удерживать внимание студентов не только посредством четко-организованной в техническом плане-учебы, но и креативным преподнесением информации. Университет информационных технологий справился с этой задачей блестяще, так как рейтинг посещения он-лайн занятий университета был очень высоким. А усваиваемость знаний превзошла все ожидания. Медиацентр осуществлял запись занятий практически круглосуточно. При соблюдении всех санитарных норм, педагоги записывали лекционные и прак-

тические занятия и задания, стараясь не только оставаться в рамках установленной учебной программы, но и разнообразить творческими заданиями обучение, чтобы даже оставаясь на расстоянии побуждать студента к активным действиям и желанию оставаться в строю.

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, что же на сегодняшний день происходит в сфере построения обучающих программ, казалось бы узконаправленной кафедры: «Системы и приложения телестудий» Ташкентского университета информационных технологий имени Мухаммада ал-Хорезми? На самом деле, все программы кафедры, даже если на первый взгляд они направлены на обеспечение студентов техногенными знаниями, содержат в себе огромное количество тем, позволяющих раскрыть творческий потенциал студентов, обеспечить их теми навыками, которые помогут сориентироваться не только в будущей профессии, но и в любой непонятной ситуации, которая требует быстрого принятия решений, критического мышления и способов поиска нестандартных путей реализации поставленных задач. Программы по предметам «Масс-медиа и журналистика», «Монтаж», «Технология многокамерной визуализации», содержат темы непосредственно по предмету, но к развитию каждой из этих тем педагоги подходят исключительно с точки зрения креативного мышления. Все задания по учебным программам содержат творческие задачи, которые направлены на то, чтобы студенты умели работать в команде, использовали весь свой потенциал знаний, мыслей, чувств при построении стратегии действий в своей профессиональной деятельности! Именно такой подход в подготовке учебной стратегии, в которых рождается гармония техники и креатива, позволяет выпускникам ВУЗа найти свое применение в условиях современного конкурентного мира.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Рузиева Д. И. Влияние подготовки педагогических кадров на прогрессивное развитие Узбекистана // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2018. Т. 4, № 1. С. 12–21.
2. Шитов С. Б. Современная образовательная парадигма технической высшей школы: социально-философский взгляд // Проблемы и перспективы развития образования в России. 2012. № 14. С. 20–23.
3. Хамидова М. А., Юсупова Н. Ю. Художественная культура, искусство в аспекте теоретического осмысления. Ташкент: Turon-iqbol, 2018. 96 с.
4. Юсупова Н. Ю. Художественный образ и аудиовизуализация - новая специфика мышления в искусстве // Музыка и время. 2019. № 5. С. 11–14.