

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ИНВЕСТИЦИЙ**

**САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
МЕЖОТРАСЛЕВОЙ НАУЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР ПГАУ**

**ФОРМИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ  
СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Сборник статей  
XII Международной  
научно-практической конференции**

**7-8 декабря 2021 г.**

**Пенза  
ПГАУ  
2021**

УДК 338(470)  
ББК 65.9(2)49  
Ф 79

Под научной редакцией: зав. кафедрой «Экономика и менеджмент» Ульяновского государственного технического университета, доктора экономических наук, профессора **Лазарева В.Н.**, (г. Ульяновск);  
доктора экономических наук, профессора Самарского государственного экономического университета, действительного члена МАИ **Татарских Б.Я.** (г. Самара).

**Формирование и реализация стратегии устойчивого экономического развития Российской Федерации:** сборник статей XII Международной научно-практической конференции / Министерство науки и высшего образования РФ, международная академия инвестиций [и др.]; под ред. Лазарева В.Н., Татарских Б.Я. – Пенза: Пензен. гос. аграр. ун-т, 2021. – 419 с. – URL:  
[http://mnic.pgau.ru/file/konferencii/2021/Сборник\\_МК-47-21.pdf](http://mnic.pgau.ru/file/konferencii/2021/Сборник_МК-47-21.pdf). –  
Текст: электронный.  
ISBN 978-5-00196-040-9

В сборнике статей представлены технические и экономические проблемы развития различных отраслей народного хозяйства в современных условиях. Приведены методы и модели борьбы с кризисом на примере различных компаний.

Technical and economic problems of development of various branches of a national economy in modern conditions are presented in the collection of articles. Methods and models of fight against crisis on the example of various companies are given.

УДК 338(470)  
ББК 65.9(2)49

ISBN 978-5-00196-040-9

© МНИЦ ПГАУ, 2021

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ  
НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМ ПРОГРЕССОМ  
В МАШИНОСТРОЕНИИ РФ**

**Б.Я. Татарских**

*ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»,  
г. Самара, Россия*

В статье рассматриваются вопросы использования резервов повышения темпов динамики научно-технологического прогресса на предприятиях отечественного машиностроительного комплекса. Обозначены организационно-экономические направления реализации внутриотраслевых резервов ускорения динамики технико-инновационной деятельности в подотраслях российского машиностроения. Указаны направления модернизации материально-технической базы машиностроения на основе повышения инновационного потенциала.

Ключевые слова: машиностроительный комплекс, механизм управления, инновации, модернизация, резервы, эффективность.

Решение народнохозяйственных задач в Российской Федерации связано с повышением потенциала промышленного комплекса, в составе которого особое место занимает машиностроение. Это обуславливается прежде всего необходимостью повышения динамики социально-экономического развития России и устойчивого обеспечения необходимого уровня обороноспособности страны. В последние 15-20 лет наметилась положительная динамика развития некоторых комплексов отечественной промышленности, но данные по машиностроению не подтверждают такой динамики [1].

Исследования показывают, что медленные темпы функционирования отечественного машиностроения обуславливаются многочисленными факторами, в числе которых прежде всего: отсутствие научно обоснованной стратегии развития производственных сил в связи с отсутствием общегосударственного комитета по планированию, который был бы способен обосновывать на научной основе механизмы координации функционирования ведущих отраслей: промышленности, строительства, транспорта, АПК и отраслей инфраструктуры.

Пока нет прогнозных оценок на 10-15 лет научно-технического и экономического потенциала ведущих народнохозяйственных комплексов (прежде всего машиностроения и металлообработки) [2]. В машиностроении отмечается низкая конкурентоспособность, что оказывает негативное влияние на конечные финансовые результаты большинства ведущих предприятий отрасли. Производственные мощности в машиностроении страны используются недостаточно полно (коэффициент сменности ведущего оборудования не превышает 1, 2, вспомогательного – не более 0,8). В отрасли очень медленно происходит обновление производственных фондов, что не способствует повышению качества выпускаемой продукции. Сложная ситуация сложилась с результативностью инновационной деятельности на большинстве даже ведущих предприятий машиностроения.

В условиях НТП особо сложной проблемой в отрасли является качество рабочей силы.

В отрасли медленно повышается эффективность управления инновационной деятельностью в связи с отсутствием научно-технических программ в том числе и на предприятиях ВПК, входящих в систему гражданского машиностроения. Отмечается низкий уровень управления ведущими НИИ машиностроения во многом из-за слабой их координации со стороны институтов РАН. В последние годы нет усиления заводского сектора науки в машиностроительных регионах России.

Наши исследования показывают, что результативность отечественного машиностроения уступает по многим характеристикам технико-экономического развития многих зарубежных стран и прежде всего США. Например, по объему инвестиций в основной капитал, по обновлению выпускаемой продукции, по автоматизации производства, по использованию металла, по сменности работы ведущего оборудования, по длительности производственного цикла, по энергооснащенности производства, по среднему возрасту ведущего оборудования, по размеру оплаты труда.

Многие из названных показателей могли бы «служить» ориентиром при разработке стратегии развития машиностроения страны на стадии исследования отраслевых резервов. Данные показатели могут использоваться для прогнозных оценок при межстрановых сравнениях. Важное значение для ускорения темпов функционирования отечественного машиностроения имеет совершенствование управления функционально сложной системой «металлургия-машиностроение» в связи со становлением космического машиностроения и машиностроения для производства техники, предназначенной для решения задач, связанных с сохранением экологического пространства. Специалисты отмечают, что в перспективе особое «место» в машиностроении займут заменители металлов.

Для разработки программ технико-экономического развития машиностроения страны необходим глубокий анализ экспортного потенциала всего машиностроительного комплекса и прежде всего ведущих подотраслей: станкостроения, тяжелого и энергетического машиностроения, транспортного машиностроения, приборостроения. Пока учеными глубоко не исследуются проблемы влияния динамики технологического уклада на факторы перспективного развития отечественного машиностроительного комплекса при обосновании стратегии системной модернизации материально-технической базы большинства действующих машиностроительных предприятий.

Опыт показывает, что на крупных предприятиях машиностроения необходимы отделы стратегии перспективного планирования повышения инновационно-технологического потенциала на основе исследования отраслевых и межотраслевых резервов по всему циклу производства продукции. Это предполагает опережающие темпы в системе кадрового обеспечения при условии решения задач по повышению темпов инновационной результативности. Необходимы научно-методические рекомендации по объективной оценке инновационного потенциала каждого машиностроительного предприятия для развития технологического потенциала. В последние 10 лет ученые-машиностроители все чаще «поднимают» проблему системной модернизации в машиностроении. Устаревшее оборудование и снижение уровня энергооснащенности не позволяют ма-

териализовать многие инновационные технологии в так называемой системе «энергия-скорость-эффект». В машиностроении не разработаны варианты программ технического перевооружения предприятий машиностроения на ближайшие 10-15 лет.

В отечественном машиностроении медленно решаются проблемы совершенствования технологии управления производством, что в современных условиях имеет стратегическое значение. Сейчас этой проблеме уделяется относительно повышенное внимание за рубежом.

В нашей стране впервые методологические аспекты технологии управления промышленным производством обозначены в трудах проф. Ф.М. Русинова.

Многие ученые подчеркивают необходимость приоритетного инвестиционного обеспечения ведущих отраслей промышленности и в первую очередь машиностроения, где производится прогрессивная продукция. Это важно для решения народнохозяйственных задач и проблем безопасности. В машиностроении медленно внедряются новые методы хозяйствования, начиная с уровня «рабочее место». Исследования показывают, что все более важным фактором в машиностроении становится качество рабочей силы, повышение которого предполагает повышение качества информационной вооруженности на всех этапах производственного цикла. Совершенствование информационных технологий в машиностроении становится важнейшим резервом повышения экономической безопасности и финансовой результативности предприятий [3].

Дальнейшее развитие отечественного машиностроения предполагает наличие стратегии всего комплекса производительных сил страны, которая может быть обоснована ведущими научными центрами при четкой координации этой сложной работы учеными РАН, отраслевыми НИИ при достаточной мотивации исполнителей этой ответственной работы.

В машиностроении России есть существенное отставание по ряду технико-экономических показателей, которые могут служить ориентирами при разработке программ ускорения динамики развития машиностроения.

Решение проблем обеспечения экономической стабильности развития предполагает поиск резервов роста механизма управления главными отраслями, в числе которых особое значение имеет машиностроение. За рубежом машиностроению придается особое значение, что диктуется необходимостью производства технических систем обеспечения необходимого экономического и оборонного потенциала. В ряде стран (США, Япония, Германия) доля машиностроительной продукции в объеме промышленной продукции составляет от 30 до 49 % при 21 % в России. Необходимо при этом учитывать и качественные характеристики продукции машиностроения и её востребованность на рынке.

Машиностроение России характеризуется производством преимущественно металло- и трудоемкой продукции, что в современных условиях медленно повышает хозяйственную результативность большинства предприятий.

Специалисты отмечают, что в последние годы медленно повышался технико-экономический потенциал отечественного машиностроения. Это связано в основном с тем, что идет медленное перевооружение материально-технической базы машиностроения.

Решение задач повышения эффективности машиностроительного производства зависит прежде всего от технического уровня действующего оборудования. Однако уровень автоматизации этого оборудования повышается медленно.

В России есть целевые государственные научно-технические программы развития технологий, инвестирование которых должно быть приоритетным. Но несовершенство хозяйственно-правовых и экономических механизмов не позволяет эффективно материализовать эти программы. При этом пока размер иностранных инвестиций существенно не влияет на темпы деятельности машиностроительных предприятий. Адресное кредитование развития ведущих отраслей промышленности всегда должно быть на конкурентной основе при наличии независимой технико-экономической экспертизы. Координация инвестиционной деятельности в машиностроении предполагает решение различных задач. Это совершенствование нормативно-правовых «рычагов» регулирования инвестиционной деятельности; совершенствование информационных технологий; повышение обоснованности способов оценки экономической эффективности инвестиционных проектов; совершенствование подготовки кадров по экономике и организации инвестиционной и инновационной деятельности. Материализация предлагаемых мероприятий обеспечит условия более эффективного развития отечественного машиностроения [5].

При решении задач инновационно-технологического развития машиностроения следует предусмотреть:

1) Развитие инженерно-исследовательских центров при инвестиционной поддержке федеральных структур.

2) Повышение эффективности инновационной деятельности.

3) Совершенствование организации стратегического маркетинга прогрессивных технологий.

4) Применение прогнозных оценок инновационно-технологического потенциала предприятий машиностроения.

5) Совершенствование методов стимулирования разработчиков внедрения современных технологий (особенно на предприятиях выпускающих наукоемкую продукцию).

6) Модернизацию технологии управления подготовкой производства, в том числе на основе использования цифровых технологий.

7) Совершенствование взаимодействия заводских и отраслевых структур, вузов и НИИ РАН, занятых разработкой инновационных технологий двойного назначения.

8) Приоритетное инвестирование развития предприятий, создающих новую продукцию.

9) Осуществление на всех уровнях экономически оптимальную децентрализацию функций управления.

Ученые отмечают, что отсутствие стратегии выхода страны из технологического кризиса сдерживает создание задела по научному потенциалу в базовых отраслях промышленности.

Очевидно, что в ближайшие годы дальнейшее повышение производственного потенциала возможно прежде всего за счет роста эффективности рабочей силы.

Динамичное развитие машиностроительного комплекса России предполагает повышение производственного потенциала на основе внедрения достижений НТП [4].

Условиями ускорения развития материально-технической базы машиностроения являются: объективная оценка технологического потенциала; реализация адресных программ подготовки специалистов широкого профиля; оптимальная концентрация инвестиционных ресурсов; научное обоснование стратегии технического развития ведущих подотраслей машиностроения.

Системная реализация межотраслевых и отраслевых резервов повышения социально-экономической эффективности предприятий машиностроительного комплекса РФ является важным условием динамичного развития всего народнохозяйственного комплекса страны.

### **Список использованных источников**

1. Татарских, Б.Я. Направления повышения эффективности функционирования машиностроения России. Сб. XI Междунар. научно-практ. конф. «Организационно-экономические и инновационно-технологические проблемы модернизации экономики России». – Пенза. МНИЦ, 2021.

2. Амосёнок, Э.П., Бажанов В.А. Будущее машиностроения России: реальность и иллюзии // ЭКО. – 2014. – №1.

3. Ряжева, Ю.И. Кросс-технологические инновации развития инновационной среды промышленных предприятий // Управление экономическими системами. – 2020. – №1.

4. Татарских, Б.Я., Анисимова В.Ю. Инновационно-технологические и организационные резервы устойчивого функционирования машиностроения России. // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. – 2020. – Т.11, №1. – С.30-33.

5. Карсунцева, О.В. Управление производственным потенциалом машиностроительных предприятий: теоретико-методологические аспекты // Экономика и предпринимательство. – 2013. – №10(39).

## **IMPROVEMENT OF MANAGEMENT OF SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL PROGRESS IN MECHANICAL ENGINEERING OF THE RUSSIAN FEDERATION**

**B.Ya. Tatarskih**

*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Samara State University of Economics»,  
Samara, Russia*

The article deals with the use of reserves for increasing the rate of dynamics of scientific and technological progress at the enterprises of the domestic machine-building complex. The organizational and economic directions for the implementation of intra-industry reserves for accelerating the dynamics of technical and innovative activity in the sub-sectors of Russian mechanical engineering are outlined. The directions of modernization of the material and technical base of mechanical engineering on the basis of increasing the innovative potential are indicated.

**Keywords:** machine-building complex, management mechanism, innovation, modernization, reserves, efficiency.

## ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В ЭКОНОМИКЕ

А.А. Аминова, Е.А. Долонина

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,  
г. Казань, Россия*

В данной статье представлен анализ вопроса применения инструментов прогнозирования в экономике, при этом рассмотрен один из подходов к проблеме прогнозирования – метод моделирования. Представлены основные этапы и особенности применения данного метода в современных условиях.

**Ключевые слова:** экономика, прогнозирование, метод моделирования, развитие, тенденции.

Прогнозирование в экономике является очень важным инструментом, который в последние годы обрел особую актуальность в виду масштабного развития международной экономики и роста числа различных факторов влияния.

Главная задача экономического прогноза заключается в определении тенденций развития экономики и ее элементов на отрезке некоторого времени. При этом существует масса различных методов прогнозирования, обладающих своими особенностями, однако наиболее распространенным является метод моделирования. Данный метод обладает достаточно высокой точностью и может быть реализован с применением современных вычислительных устройств и нейросетевых программных комплексов.

Основу данного метода составляют следующие важные этапы:

- синтез модели на основе полученных характеристик;
- анализ адекватности модели;
- анализ результатов исследования;
- корректировка модели.

Основная сложность использования данного метода прогнозирования связана со сложностью иерархической структуры и большим количеством элементов анализируемых систем, что в свою очередь требует последовательно применения нескольких моделей в рамках одного анализа.

Так же важно отметить применение математического аппарата, используемого для формализации и описания моделей, который в конечном итоге позволяет систематизировать и обрабатывать информацию, для разработки типовых методов решения с использованием программ и вычислительной техники.

Разработка самой системы моделей разделяют на три этапа.

Первый этап – разработка моделей отдельных систем и подсистем, которые взаимосвязаны между собой.

Второй этап – разработка единой системы взаимосвязанных моделей, которая представляет собой единую сложную модель, работа которой осуществляется за счет последовательной и согласованной работы ее составных элементов – более мелких локальных моделей систем и подсистем, для достижения поставленных задач.



Третий этап – корректировка сложной модели прогнозирования и ее элементов в процессе применения данной модели на практике.

Третий этап связан с уточнением и развитием отдельных локальных систем и методик в ходе практического их использования для целей комплексного прогнозирования.

В результате разработки модели должна получиться система, позволяющая получить четкие прогнозные данные на определенный период при достаточно большом количестве разрозненных исходных данных, при этом должна обеспечиваться согласованность прогнозов на различных уровнях системы при идентичных исходных данных.

Метод моделирования в области прогнозирования в экономике использует математический аппарат, и поэтому является унифицированным, что позволяет проводить сравнительный анализ прогнозов нескольких предприятий по аналогичным показателям.

Особенно стоит выделить то, что система должна способствовать выявлению факторов оказывающих важное влияние на тот или иной результат. Система моделирования обладающая такими свойствами является важным и эффективным инструментом экономики.

Таким образом, прогнозирование в экономике с применением метода моделирования является перспективным по ряду причин, обусловленных в первую очередь его востребованностью и технической возможностью его применения, а так же дальнейшего развития для решения более сложных задач в более короткие сроки, что является важнейшим преимуществом в условиях динамичных изменений происходящих в экономике на современном этапе.

#### **Список использованных источников**

1. Бабешко, Л.О., Бывшев В.А. Прогнозирование финансово-экономических показателей по разнородным данным. – 2017.
2. Антохонова, И. Методы прогнозирования социально-экономических процессов 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов. – Litres, 2021.
3. Суворов, Н.В. и др. Балансовые и факторные модели как инструмент анализа и прогнозирования структуры экономики // Научные труды: Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. – 2017. – №. 15.
4. Машунин, Ю.К., Машунин И.А. Политика, моделирование и прогнозирование с учетом инвестиционных процессов развития экономики региона // Россия: тенденции и перспективы развития. – 2018. – №. 13-2.

#### **FORECASTING IN THE ECONOMY**

**A.A. Amineva, E.A. Dolonina**

*Kazan State Power Engineering University,  
Kazan, Russia*

This article presents an analysis of the issue of using forecasting tools in the economy, while considering one of the approaches to the problem of forecasting - the modeling method. The main stages and features of the application of this method in modern conditions are presented.

**Key words:** economics, forecasting, modeling method, development, trends.

## МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

И.Г. Аникин, Т.В. Петренко

*ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет  
им. И.Т. Трубилина»,  
г. Краснодар, Россия*

В статье анализируются основные проблемы региональной молодежной политики. Особое внимание уделяется вопросу совершенствования молодежной политики как необходимого условия социального развития региона.

**Ключевые слова:** региональная политика, социальное развитие, молодежная политика, молодежь.

Молодежь является важной составляющей современного российского общества, носителем интеллектуального потенциала, определяющим фактором социально-экономического прогресса страны. Она постоянно находится в состоянии освоения достигнутого уровня развития общества и несет на себе ответственность за будущее развитие нашего государства. Будучи преемником государственных традиций, норм и морали при благоприятных условиях молодежь может быть одной из наиболее активных социальных групп и стоять в авангарде внутренней государственной политики.

Сегодня происходят серьезные изменения в подходах к государственной молодежной политике в Российской Федерации, корректировка ее целей, приоритетов и механизмов. Возрастает роль регионов в реализации молодежной политики. Эффективная реализация молодежной политики способствует социальному развитию, формирует благоприятный имидж региона [1].

В России федеральным центром реализуется государственная молодежная политика совместно с субъектами федерации. Приоритетные задачи ставятся на государственном уровне, регионам же отводится функция нормативно-правового обеспечения молодежной политики.

Региональные органы власти являются чрезвычайно важными субъектами в реализации молодежной политики во всех субъектах Российской Федерации. На региональном уровне работа в области молодежной политики главным образом основывается на региональных целевых программах для молодежи, созданных на основе государственных приоритетов.

Для подготовки законодательных актов региональные органы государственной власти могут привлекать к работе молодежные общественные организации, в частности, для консультаций по вопросам разработки документов и пересмотра законодательства.

Несмотря на общие приоритетные задачи в сфере региональной молодежной политики в различных субъектах РФ, необходимо учитывать тот факт, что ситуация в разных регионах нашей страны может значительным образом отличаться. В этой связи важно обеспечить большую гибкость в выборе приоритетов молодежной политики в регионах. Сейчас такие приоритеты чаще определяются

централизованно и не всегда могут удовлетворить запросы конкретных регионов [4].

Мы проанализировали приоритеты региональных программ в сфере молодежной политики различных субъектов РФ. Так, основные общие приоритеты молодежной политики на федеральном, региональном уровне одинаковы. Но, конечно, в разных регионах нашей страны, на всех уровнях есть различия. Например, есть регионы с наиболее высоким уровнем молодежной безработицы, где проблема наркомании, криминогенности молодежной среды стоит наиболее остро. Также внутри самого региона ситуация в сельской и городской местности может существенно отличаться. В таком случае сначала предложение поступает из местных органов власти в региональные в соответствующие ведомства, в зависимости от их вопросов и обязанностей. Отсутствие консультаций по выбору приоритетов или слишком жесткая структура, не позволяющая местным органам власти выдвигать свои собственные приоритеты в поддержке молодежи, может привести к нехватке финансирования для решения конкретных проблем [2].

Основные функции органов молодежной политики на региональном уровне:

- финансовая поддержка общественно–полезной деятельности молодежи региона,
- содействие экономической самостоятельности молодых граждан и реализации их права на труд;
- разработка и реализация молодежных целевых программ на территории субъекта РФ;
- обеспечение молодежи условий для воспитания, образования, формирования здорового образа жизни;
- обеспечение социального обслуживания молодежи, проживающей на территории субъекта РФ [3].

Молодежная работа в регионе должна учитывать интересы и потребности молодежи и, прежде всего, формировать не потребительские настроения в молодежной среде, а активную гражданскую позицию молодежи и вводить все потенциальные ресурсы – межведомственное и межотраслевое взаимодействие [5].

Обеспечение координации молодежной работы и активного привлечения молодежи к жизни региона, муниципального образования, возможно при условии формирования молодежной инфраструктуры, что предусматривает поддержку и развитие действующих и создание новых молодежных центров. Направления работы молодежных центров – как региональных, так и муниципальных – должны строиться в соответствии с потребностями и интересами молодежи, проживающей на данной территории.

В заключение хочется отметить, что региональным и местным органам власти необходимо предоставить возможность самостоятельно определять их собственные приоритеты политики в отношении молодежи, учитывающие конкретные проблемы региона.

### **Список использованных источников**

1. Курасова, Е.О. Теоретические аспекты проблемы территориального имиджа / Е.О. Курасова, Т.В. Петренко // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития: сб.

научн. ст. 5-й Международной науч.-практ. конф. / Отв. ред. А.А. Горохов. – Курск, 2015. – С. 300-303.

2. Менеджмент в молодежной политике: учебное пособие / М.П. Переверзев, З. Н. Калинина. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 238 с.

3. Нигматуллина, Т.А. Региональное проектирование молодежной политики / Т. А. Нигматуллина. – Уфа: Башкирский институт социальных технологий (филиал) ОУП ВО «АТиСО», NOTA BENE, 2014. – 184 с.

4. Петренко, Т.В. Формирование комплексной системы государственного регулирования социально-трудовых отношений в Донецкой народной республике / Т.В. Петренко, С.Ю. Бунтовский, Д.И. Стрельченко // Вестник Университета Российской академии образования. – 2019. – № 4. – С. 9-14.

5. Чирун, С.Н. Молодежная политика. Генезис, состояние, региональная специфика: учебное пособие / С.Н. Чирун ; под редакцией Е.А. Кагакина. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2009. – 224 с.

## **YOUTH POLICY AS A FACTOR OF SOCIAL DEVELOPMENT OF THE REGION**

**I.G. Anikin, T.V. Petrenko**

*FSBEI of HE «Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilina,  
Krasnodar, Russia*

The article analyzes the main problems of regional youth policy. Particular attention is paid to the issue of improving youth policy as a necessary condition for the social development of the region.

**Key words:** regional policy, social development, youth policy, youth.

**УДК 332.1**

## **СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

**А.П. Ануфриева**

*ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет»,  
г. Краснодар, Россия*

В данной статье проведен анализ инвестиционного климата Российской Федерации и выявлены основные тенденции его формирования, а также проблемы, препятствующие успешному развитию инвестиционной деятельности в стране.

**Ключевые слова:** инвестиции, инвестиционная привлекательность, проблемы экономики.

Ситуация в экономике нашей страны остается непростой. Сегодня Россия приблизилась к состоянию глубокого и затяжного финансово-экономического кризиса, последствием которого стали серьёзные долгосрочные экономические проблемы.

В России одной из главных проблем экономики является привлечение и стимулирование производственных инвестиций, что и определяет актуальность данной темы.

Дело в том, что инвестиционный климат играет большую роль в обеспечении экономической безопасности и стабильности страны. Существует прямая зависимость от уровня инвестирования в экономике к динамике ее развития. Привлечение иностранных инвестиций является важным условием эффективности ведения национальной экономики. Наша страна также нуждается в укреплении инвестиционной базы для активации инновационной деятельности и укрепления экономического потенциала национальной экономики.

Приток прямых иностранных инвестиций (ПИИ) на сегодняшнем этапе развития экономики России очень необходим, так как они могут обеспечить доступ к финансовым ресурсам, новым технологиям, а также рост российской экономики и повышение её конкурентоспособности.

За последнее время произошли значительные изменения структуры ПИИ в России. Россия, до 2013 г. наращивала свою долю в мировых ПИИ, но в 2014 г. она сократилась с 6,8 % в 2015 г. до 3,9 %. Причиной этому стали региональные конфликты, падение цен на нефть и введение санкций в отношении России, что привело к падению инвестиционного потока в Россию почти на 70 %. Начиная с 2015 года наблюдался рост прямых иностранных инвестиций в Россию на 52 %, составив в 2016 году 19 188 млн. долл.

По данным World Organization of Creditors (WOC – Международная организация кредиторов), основными странами-инвесторами в России по итогам 2017 года стали Кипр, Нидерланды, Франция, Австрия, Великобритания, США. Их доля в общем объеме накопленных иностранных инвестиций составила около 80 %, в том числе на долю прямых инвестиций пришлось порядка 78 %.

Россия несколько лет подряд теряет свои позиции и не входит в число 25 самых привлекательных для инвесторов стран, первые места занимают США, Великобритания и Китай. Инвесторы готовы были вкладывать свои деньги в российский бизнес, но возникшие санкции и вмешательство государства в экономику не дали этого сделать. Около 49 % объема всех инвестиций были осуществлены в секторе ИКТ (табл.1). Ликвидность становится ограниченной и более дорогой.

Как мы видим, в 2016 году почти половина всех инвестиций была сосредоточена в секторе ИКТ, в особенности денежные средства направлялись на телекоммуникации и составили 1728 млн. долларов, но к 2017 году они снизились до 1077 млн. долларов, это говорит о том, что привлекательность данного сектора снизилась.

Инвестиции в медицину стоят на третьем месте после финансовых услуг и сельского хозяйства, они составляют 78 млн. долларов, но к 2017 году увеличились до 80 млн. долларов, это говорит о развитии новых технологий, введении нового медицинского оборудования, тем самым улучшается качество жизни населения.

Таблица 1 – Распределение объемов инвестиций по отраслям

Сектор	Отрасль	2016 г.		2017 г.	
		Число	Объем млн. долл.	Число	Объем млн. долл.
ИКТ	Компьютеры	12	58	9	10
	Телекоммуникации	134	1728	120	1077
Биотехнологии/Медицина	Биотехнологии	8	21	0	0
	Медицина /здравоохранение	10	78	8	80
Промышленные технологии	Промышленное оборудование	13	62	5	3
	Строительство	3	48	2	2
	Транспорт	1	3	1	150
	Химические материалы	7	6	2	31
	Энергетика	5	83	4	2
Другое	Потребительский рынок	3	44	4	86
	Сельское хозяйство	3	170	0	0
	Финансовые услуги	6	461	1	1
	Другое	11	184	5	32
	Итого	227	2956	164	1474

Несмотря на увеличение некоторых показателей, инвестиции в общей сумме сократились. Для повышения инвестиционной привлекательности и привлечения денежных средств необходимо вести грамотно организованную инвестиционную политику, нужно также уделить особое внимание отдельным регионам, которые обладают необходимым потенциалом для привлечения инвестиций.

Так, например, Краснодарский край является самым безопасным и инвестиционно-привлекательным регионом. Он входит в десятку ведущих регионов России и по объему инвестиций Кубань занимает 6-е место в стране.

Основной объем инвестиций в крае направляется на осуществление деятельности в сфере транспорта и связи (34 % от общего объема инвестиций). На предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг приходится 18 %, а на долю обрабатывающей промышленности – 15 %. Инвестиционное законодательство края надежно защищает права инвесторов и предоставляет широкий перечень льгот и преференций [5].

Проведенный анализ инвестиционной привлекательности России позволяет сделать вывод о том, что для улучшения инвестиционного климата в стране необходимо решить следующие задачи:

1. Расширить сектор государственно-частного партнерства.

Государство, взаимодействуя с инвесторами, может решить стратегические проблемы региона или муниципалитета без дополнительных затрат, а также повысить его конкурентоспособность.

2. Реализовать территориальный инвестиционный потенциал регионов.

Необходимо провести хорошую маркетинговую политику, создать имидж для региона, который привлечет инвесторов. Данным аспектом может стать курортный, портовый и исторический имидж конкретного региона.

3. Принять актуальные меры по снижению инвестиционного риска во всех регионах и России в целом.

Необходимо максимально нейтрализовать инвестиционные риски, такие как инфляция или изменение курса рубля. Ведь уровень данного показателя во многом определяет инвестиционную привлекательность, как отдельных регионов, так и всей страны.

4. Шире внедрять инновации и новые технологии, стимулировать инновационную деятельность в экономике.

5. Сформировать эффективную систему мер государственного воздействия на инвестиционную привлекательность регионов с учетом особенностей развития отдельных территорий (муниципальных образований).

Реализация предложенных выше мероприятий в значительной мере позволит повысить инвестиционную привлекательность всей экономики в целом и, как следствие, обеспечить необходимый уровень конкурентоспособности российской экономики.

#### **Список использованных источников**

1. Зарубежный опыт финансирования инноваций в условиях глобализации рыночных отношений / Молчан А.С., Ануфриева А.П. в сборнике: ISAE «Consilium». – 2015. – С. 34-39.

2. Зверев, В.А. Макроэкономика: Методы государственного регулирования инвестиционной деятельности. – Москва: Экономист, 2015. – 124 с.

3. REGIONAL ECONOMIC SECURITY IN THE CONTEXT OF BUDGET SYSTEM STABILITY. - Efremova L.A., Lazareva G.I., Molchan A.S., Anufriyeva A.P., Rusetskaya E.A. // International Journal of Engineering and Technology(UAE). 2018. T. 7. № 3.15 Special Issue 15. С. 233-236.

#### **MODERN PROBLEMS OF INCREASING THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE RUSSIAN ECONOMY**

**A.P. Anufriyeva**

*FGBOU VO «Kubanskiy gosudarstvennyy tekhnologicheskii universitet»,  
g. Krasnodar, Rossiya*

This article analyzes the investment climate in the Russian Federation and identifies the main trends in its formation, as well as problems that impede the successful development of investment activities in the country.

**Keywords:** investment, investment attractiveness, economic problems.

## АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ОТЕЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В ПОСТКОВИДНЫЙ ПЕРИОД

А.А. Ануфриева

*ФГБОУ ВО Санкт-Петербургский государственный экономический университет,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Статья посвящена анализу маркетинговой стратегии гостиничных предприятий в постковидный период. В статье рассмотрены особенности маркетинговой стратегии отелей, которые влияют на его продвижение. Выявлены тренды маркетинга, которые являются наиболее актуальными в сложившейся на рынке ситуации, разобраны некоторые инструменты, способствующие более эффективному продвижению отеля и привлечению гостей.

**Ключевые слова:** индустрия гостеприимства, гостиничный маркетинг, продажи в гостинице, каналы продаж в отеле, тренды отельного маркетинга.

В гостиничном бизнесе максимизация финансовых показателей зависит во многом от стратегии, корректного выбора целевого сегмента и точного определения ключевых каналов продаж. Для предприятий индустрии гостеприимства вопрос выбора канала распределения имеет стратегическое значение [5]. Маркетинг в индустрии гостеприимства призван создать отелю конкурентные преимущества, способствующие эффективным продажам гостиничных услуг. Конкуренция в индустрии гостеприимства вынуждает владельцев отелей искать новые и эффективные способы привлечения потенциальных гостей, прибегать к креативным маркетинговым идеям, формировать новые способы поддержания конкурентоспособности.

Гостиничные предприятия больше не нуждаются в традиционных методах продвижения гостиничных услуг, так как обостренная конкуренция ставит необходимость разработки новых способов освоения новых программ, для привлечения и удержания гостей. Необходимость анализа трендов маркетинга, особенностей работы актуальных инструментов позиционирования и продвижения в гостиничном бизнесе объясняется и введением новых правил со стороны государства в функционирование отелей, и изменениями рынка, которые способствуют возникновению новых потребностей путешественников и возможностей удовлетворения нужд гостей. Конкурентная борьба, новые требования рынка стимулируют гостиничную индустрию во внедрении инновационных трендов, использование современных и эффективных методов формирования маркетинговой стратегии предприятия. Современный отель должен быть ориентирован на постоянное совершенствование услуг, методов маркетинга, поэтому политика маркетинга гостиничного предприятия предполагает разработку инновационных подходов, повышение лояльности гостей, расширение каналов рынка сбыта [2].

Стратегия и специфика маркетинга строится отдельно и индивидуально для каждого предприятия. Выделим универсальные актуальные инструменты и особенности в отельном маркетинге, которые существуют на данный момент и



которые могут быть учтены и использованы в дальнейшем для эффективного продвижения отеля на рынке.

Условием эффективности восстановления после падения загрузки и снижения доходности активов вследствие пандемии COVID-19 выступают гибкость управления, своевременность реакции на изменения рыночной среды, гостевых привычек и структуры ценностных ориентаций. Отель должен ориентироваться на новые условия и правила в планировании маркетинговой стратегии. Формируя маркетинговую политику гостиничное предприятие в современных условиях должно проявлять гибкость. Например, быть гибкими в работе с отменами броней, предлагать гостям перенести дату заезда, чтобы не потерять потенциально-го гостя и прибыль.

PR и коммуникации. Завоевать внимание аудитории сейчас крайне сложно, внимание потенциальных гостей стоит дорого. PR дает возможность целенаправленно и систематически воздействовать на гостей, он позволяет сформировать мнение о гостинице и принять решение о покупке. Здесь в качестве инструментов может быть работа с целевыми СМИ, ориентированная на поисковые запросы целевого сегмента в интернете, то есть применение SEO инструментов; Email маркетинг, который предполагает информирование гостей о специальных предложениях; работа с отзывами – писать правильные реакции на негативные отзывы, это позволяет доносить позицию отеля не только до того, кто оставил отзыв, но и для других пользователей, которые будут читать его, поскольку в 93 % людей перед тем, как забронировать средство размещения читают о нем отзывы.

Digital маркетинг. Социальные сети и интернет являются неотъемлемой частью в сфере индустрии гостеприимства на сегодняшний день. Digital-маркетинг предполагает продвижение товаров и услуг используя цифровые технологии для привлечения потенциальных и удержания постоянных гостей гостиничного предприятия. Digital-маркетинг предполагает комплексное использование цифровых каналов для эффективного рекламирования гостиничного предприятия более широкому кругу лиц. Такое направление маркетинга появилось относительно недавно и имеет большую популярность на медиа-рынке [7]. К основным преимуществам цифрового маркетинга можно отнести: широкий охват аудитории рекламой, все чаще люди бронируют и оплачивают услуги именно в виртуальной среде, возможность общения онлайн, большую вовлеченность пользователей посредством сильного воздействия на них. К недостаткам можно отнести: большое расходование денежных средств, времени, сил на успешную реализацию, необходимость постоянно контролировать, анализировать, и своевременно вносить изменения в работу, нехватка специалистов, развивающихся именно с отельной спецификой. Цифровой маркетинг имеет множество различных инструментов и средств для реализации рекламной политики гостиничного предприятия. От них зависит выбор способов продвижения услуг или товаров предприятия.

Поисковые запросы. Поисковые системы научились понимать поведение гостей, различные интеграции сервисов автоматизации маркетинга позволяют работать с аудиторией любого размера. Это открывает окно возможностей для маркетологов. Все больше растет доля персонализированной рекламы, более конкретизированными становятся настройки таргетированной рекламы и инди-

видуального предложения. Учитывая специфику отельного маркетинга и то, что большая доля продаж совершается постоянными гостями, можно сказать о том, что будет активнее развиваться CRM реклама, выстраиваться алгоритмы для персонализированной рекламы, для конкретного клиента с использованием данных из CRM системы, то есть на основе того, какими услугами гость пользовался в прошлый раз, когда останавливался в отеле. Алгоритмы на основе искусственного интеллекта и таргетинга занимают все больше места в отельных бюджетах.

Использование социальных сетей. Маркетинг в социальных сетях имеет следующие задачи: продвижение услуг, повышение узнаваемости и известности, формирование общественного мнения о товаре или услуге. Как отмечают специалисты, в современном пространстве в социальных сетях важен социально-ориентированный контент. Например, СПА отель, может размещать информацию о том, какие процедуры он оказывает и их положительный эффект. Продолжает расти процент пользователей, который заходят в социальные сети с целью поиска информации, исходя из своих потребностей, поэтому важно, чтобы SMM стратегия соответствовала общим задачам отеля, была корректно составлена, с учетом специфики предприятия, четко отражала его концепцию, особенности услуг. Отель не должен ограничиваться одной социальной сетью, при этом должен использовать только те платформы, которые востребованы среди его целевых групп и не противоречили имиджу предприятия. Также трендовым инструментом привлечения гостей является видеомаркетинг. Видео помогают формировать прочные ассоциации, доносить преимущества отеля целевой аудитории, поэтому отели также могут использовать этот механизм для привлечения аудитории.

Падение влияния ОТА (Online Travel Agency). За последние пять лет доля броней через глобальные системы бронирования выросла. Однако, отельерам выгодны прямые продажи, поскольку при сотрудничестве с ОТА взимается комиссия, поэтому в ближайшие годы гостиницы будут стремиться к самостоятельным продажам. Для этого отелями разрабатываются специальные предложения, предлагают скидки для тех, кто бронирует номер через официальный сайт отеля или другие прямые каналы продаж. Для того чтобы увеличивать прямые продажи гостинице необходим удобный современный сайт, где гость сможет найти интересующую его информацию, а также забронировать номер. Со стороны гостей актуальность этой особенности маркетинговой политики можно охарактеризовать тем, что они заинтересованы в быстроте. В случае возникновения каких-то вопросов по заезду, датам проживания, услугах, переносе дат проживания, отмены можно быстрее связаться с сотрудниками гостиницы, чем выяснять через посредника, в виде какого-либо сервиса по бронированию.

Помимо рекламы и продвижения нужно работать над брендом отеля и коммуницировать с гостями, со своими потенциальными и постоянными покупателями. Новые посткризисные условия требуют от предприятий постоянного анализа, планирования и применения цифровых технологий, гарантирующих преодоление отрицательного влияния кризиса на прибыльность предприятия. Для успешного функционирования на рынке гостиничное предприятие должно

правильно строить коммуникационную стратегию, выбирать целевые каналы продаж, анализировать поведение потребителя, применять современные инновационные инструменты маркетинга. Это одни из ключевых аспектов эффективной маркетинговой политики для отеля на сегодняшний день.

### **Список использованных источников**

1. Аврясова, А.Д. Гостиничный бизнес: таргетированная реклама в социальных сетях // Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса. – 2021. – С. 8-12.
2. Дубовец, А.А. Инновационные методы маркетинга в гостиничном предприятии // Ответственный редактор. – 2020. – С. 89.
3. Салманлы, А.А. Управление доходами, как неотъемлемая часть маркетинга // Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса. – 2020. – С. 224-233.
4. Сотникова, А.А., Авилова Н.Л. Современные методы продвижения услуг в индустрии гостеприимства // Тенденции развития туризма и гостеприимства в России. – 2020. – С. 533-538.
5. Суворова, И.Н., Старостина М.И. Каналы сбыта гостиничных услуг и коммерческие аспекты мотивации их участников // Научный вестник МГИИТ. – 2019. – №. 3. – С. 47-55.
6. Тимирянова, А.Р., Кукушкина А.В., Шалаев Д.В. Развитие SMM и социальных сетей в сегменте гостиничного бизнеса // Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса. – 2021. – С. 474.
7. Хан, А.Д. Роль цифрового маркетинга в сфере гостеприимства // Научные исследования в современном мире: Опыт, проблемы и перспективы развития. – 2021. – С. 178-185.

## **ANALYSIS OF THE FEATURES OF HOTEL MARKETING IN THE POSTCOVID PERIOD**

**A.A. Anufrieva**

*FSBEI HE St. Petersburg State University of Economics,  
Saint Petersburg, Russia*

The article focuses to the analysis of the marketing strategy of hotel enterprises in the post-crisis period. The article discusses the features of the marketing strategy of hotels that affect its promotion. The marketing trends that are most relevant in the current market situation are identified, some tools that contribute to more effective promotion of the hotel and attracting guests are analyzed.

**Key words:** hospitality industry, hotel marketing, hotel sales, hotel sales channels, hotel marketing trends.

## СПОСОБЫ УТИЛИЗАЦИИ ДЫМОВЫХ ВЫБРОСОВ. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

П.В. Афанасьева, А.А. Мацкив

*ФГБОУ ВО «Дальрыбвтуз»,  
г. Владивосток, Россия*

Поскольку сейчас, в двадцать первом веке, проблема сохранения и очищения окружающей среды является лозунгом многих иностранных производственных компаний, то данная статья была написана с целью ознакомления с существующими способами утилизации дымовых выбросов производства для обеспечения экологической безопасности, для возможности применения этих методов в нашей стране.

**Ключевые слова:** утилизация, экологическая безопасность, экология, дымовые выбросы, обеспечение экологичности.

Земля – третья по счету планета в Солнечной системе. В истории человечества Земля потерпела большое количество катастроф, носящих техногенный характер. Возможно, конечно, что виной всему воля случая, однако человеческая халатность тоже имеет место быть. Более того, каждый человек загрязняет планету своим наплевательским отношением – мусором, открытием изотопов.

В данной статье будет рассмотрена проблема утилизации вредоносных образований в атмосферу планеты.

Актуальность статьи обусловлена плачевным состоянием природы нашей планеты. Ежедневно в атмосферу Земли предприятия выбрасывают в окружающую среду кубометры различного газа, опасные соединения, масляные жидкости. Однако, саморегенерация планеты не вечна, и если человек хочет и дальше иметь возможность жить на Земле, то обязан искать способы оградить Землю от опасных отходов своей деятельности.

Главной целью данной статьи является напоминание о необходимости поддержки экологического состояния планеты посредством разработки и внедрения новых способов переработки отходов. Задача исследования заключается в анализе существующих способов утилизации дымовых выбросов на предприятиях.

Так как статья написана жителями Владивостока, то невозможно обойти проблему влияния рыбной промышленности на состояние атмосферы и, в частности, тропосферы.

Рыбное хозяйство является ключевым звеном всей экономики Дальнего Востока и одним из основных в России. Специфика данной отрасли пищевой промышленности заключается в том, что рыбная отрасль одновременно зависит от чистоты окружающей среды, но также и ежедневно наносит ей непоправимый урон. К сожалению, все предприятия рыбопромышленного комплекса являются источником стоков опасных соединений в реки и моря, выброса газов в атмосферу и наличия мусора [1].

Основой рыбной (и любой животной) промышленности является процесс копчения. Для этого на предприятиях пищевой промышленности установлены коптильные установки, которые ежегодно выбрасывают в тропосферу около шести тысяч кубических метров дымовых газов на одну тонну рыбной продукции.

Копчение зависит от сгорания древесной щепы или иного «топлива» для коптильной установки. Несмотря на то, что древесная щепа природный материал, тем не менее урон атмосферы от сгорания щепы огромен.

Существует три основных вида загрязнения в процессе сгорания: Основные типы загрязнения, выделяющиеся в процессе горения: летучая зола, оксиды азота и серы, тяжелые металлы.

Считается, что максимально возможная сумма количества загрязняющих веществ, которые в принципе не свойственны тропосфере, в выбросах коптильного производства составляет до  $1650 \text{ мг/м}^3$ , а выбросах других сфер рыбоперерабатывающего производства – до  $15,8 \text{ кг/м}^3$ .

Также, почти все суммарные выбросы от производства и копчения продукции содержат вещества с острым специфическим запахом, которые в большей степени выделяют коптильные установки, печи для обжаривания и холодильники, и эти вещества вредно воздействуют на окружающую среду, в частности – тропосферу.

Рассмотрим способы очистки дымового газа. Но прежде, отметем, что универсального метода очистки пока не придумали и поэтому методы необходимо комбинировать [2].

Один из самых распространённых способов очистки – фильтрование. Существует разные виды фильтров. Рассмотрим некоторые из них.

Цилиндрические емкости, внутри которых находятся вертикально подвешенные тканевые мешки, называют рукавными тканевыми фильтрами. Такие фильтры, как правило, улавливают до 99 % золы.

Далее, электрические фильтры. Они работают за счёт электрического поля, через которое проходит загрязненный воздух, а частицы грязи прилипают к электродам, за счёт обратной полярности [3].

Ещё есть кольцевой эмульгатор, представляющий собой ёмкость, внутри которой находятся тарелкообразные пропеллеры. После выключения устройства, грязная вода вытекает через отверстие в камере, а очищенный воздух тоже поступает наружу через выходную трубу.

Теперь рассмотрим способы очистки газа от оксида серы. В основном для этого применяются следующие три способа: сухой, мокрый, мокросухой.

Мокрая очистка применяется при большом содержании серы в исходном топливе. Очистка происходит в скруббере. Сухая очистка осуществляется за счёт сухих сорбентов, чаще всего это известняк, который закидывают в топку. При мокросухой очистке в поток газа чаще всего вводят жидкую известь. Такая очистка немного менее эффективна, чем сухая.

Очистку дыма от оксида азота осуществляют двумя способами: селективно каталитическим и селективно некаталитическим [4].

Итак, теперь, когда с очисткой покончено, перейдём к избавлению от всего «ненужного». В общем и целом, очистка при помощи жидкости называется абсорбцией, и как раз с её помощью можно из «ненужного» получить полезное.

В случае рыбной продукции этим полезным являются коптильные препараты, которые в дальнейшем можно использовать при жидкостном копчении рыбы.

Коптильные препараты представляют собой раствор коптильных компонентов дыма, или по-другому – химических компонентов дыма в жидком виде. К примеру, препарат «Российский» получают посредством разделения конденсата от сжигания лиственных деревьев.

Помимо коптильных препаратов из дыма можно так же получить ароматизаторы, которые предназначены для введения в продукт как вкусовые ингредиенты.

На территории России разрешается вводить его в рыбу, мясо, сыр, различных пищевые концентраты, а так же при готовке, как в общепите, так и в домашних условиях.

К ароматизаторам относятся следующие препараты: ВНИИМП, ВНИИМП-1, рафинированный коптильный ароматизатор, жидкий дым, амафил, сквама, коптильные CO<sub>2</sub> –экстракты и т.д.

Далее рассмотрим принципы получения коптильного препарата и жидкости: используют физические и химические методы очистки от нежелательных веществ или активные коптильные компоненты извлекают непосредственно из дыма, пропущенного через воду, специальные растворы и приспособления.

Итак, подведём итоги: человечество знатно потрепало свою колыбель – Землю и понимает, что ситуацию необходимо исправлять. Проблема выброса вредоносных компонентов в атмосферу не является последней по важности в этом вопросе. Для этого люди придумали различные способы очистки и фильтрации выхлопов.

Наиболее оптимальным из них является абсорбация. Этот способ заключается в очистке жидкостью. Оптимальным же он является потому, что с его помощью можно извлечь пользу из утилизации компонентов дыма (например, получить коптильные препараты для жидкого копчения).

### **Список использованных источников**

1. Очистка дымовых газов: методы и оборудование [Электронный ресурс]. – URL: <https://gas-cleaning.ru/article/ochistka-dymovyh-gazov-metody-i-oborudovanie> (дата обращения: 16.10.2021).

2. Способ очистки отработанных газов коптильной камеры с последующей утилизацией коптильных веществ [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.freepatent.ru/patents/2389530> (дата обращения: 16.10.2021).

3. 15 крупнейших техногенных катастроф мира [Электронный ресурс]. – URL: <https://fishki.net/2119426-15-krupnejshih-tehnogennyh-katastrof-mira.html> (дата обращения: 16.10.2021).

4. Утилизация дымовых выбросов коптильных камер [Электронный ресурс]. – URL: <https://mykonspekts.ru/1-156903.html> (дата обращения: 16.10.2021).

5. Эффективность улавливания компонентов дымовых выбросов в скруббере Вентури [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-ulavlivaniya-komponentov-dymovyh-vybrosov-v-skrubbere-venturi> (дата обращения: 16.10.2021).

# ENSURING SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE FISHERY COMPLEX OF THE FAR EAST IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

**P.V. Afanasyeva, A.A. Matskiv**

*Far Eastern State Technical Fisheries University,  
Vladivostok, Russia*

Since now, in the twenty-first century, the problem of preserving and purifying the environment is the slogan of many foreign manufacturing companies, this article was written with the aim of acquainting with the existing methods of utilizing industrial smoke emissions to ensure environmental safety, for the possibility of applying these methods in our country.

**Key words:** recycling, environmental safety, ecology, smoke emissions, environmental friendliness.

**УДК 338**

## АКТУАЛЬНОСТЬ АВТОМАТИЗАЦИИ СКЛАДА

**И.И. Ахтарьянова, Е.Д. Крицкая**

*Уфимский Топливо-Энергетический Колледж,  
г. Уфа, Россия*

В нашей статье будет представлена автоматизация складов товаров, которая позволяет ускорить принятие управленческих решений и минимизировать число ошибок, возникающих из-за человеческого фактора. Полная и достоверная информация о хранящихся товарах, их движении. Ввод и оформление всех необходимых складских документов. Поддержка всех законодательно предусмотренных складских операций.

**Ключевые слова:** Автоматизация, складские системы, WMS системы, склад, хранение, складирование.

Автоматизация работы склада готовой продукции проводится компаниями для упрощения контроля за движением товаров. Благодаря автоматизации можно знать количество каждого артикула, подсчитать остатки, запланировать заказ продукции [1]. Автоматизация особенно нужна, если увеличивается ассортимент продукции, растут объемы поставок. Перспективным способом повышения эффективности складских операций является автоматизация имеющегося помещения в соответствии с потребностями предприятия. Для этого существуют специальные WMS системы, которые можно индивидуально подстроить под каждого клиента. Автоматизация складов товаров позволяет ускорить принятие управленческих решений и минимизировать число ошибок, возникающих из-за чело-

веческого фактора. WMS система не просто организывает проводимые операции, но и перенимает на себя принятие многих решений по формированию заданий для персонала [3].

Автоматизация – процесс сложный, поэтому перед принятием решения о её внедрении, предпринимателю следует ответить на ряд вопросов:

1. Достаточно ли сложны складские процессы, чтобы их автоматизировать.

Если со всем хорошо управляются один-два человека, то нет смысла внедрять новые управленческие решения.

2. Кто будет устанавливать систему? Многие компании ориентированы на определенную нишу в складском и торговом бизнесе.

3. В какую цену обойдется автоматическая система? Расценки разных компаний могут отличаться в разы.

4. Какой размер дополнительной прибыли можно получить от автоматизации? [2]

Для внедрения даже простой WMS системы управления складом одних денег и желания мало. Чтобы процесс оказался эффективным, все процессы должны быть заранее форматизированы и подогнаны под требования законодательства.

Предприятие должно быть предварительно подготовлено к внедрению WMS системы. Процесс этот довольно длительный, но и он, при грамотном подходе, внесет свою лепту в повышение прибыльности бизнеса.

Когда работой склада управляет конкретный человек, а не программа, то появляется риск размещения товаров так, как это удобно сотруднику. Правила товарного соседства могут нарушаться, сотрудники часто пренебрегают даже здравым смыслом [5]. Они располагают товары так, чтобы им было удобно быстрее собрать заказ. Из-за отсутствия четкой схемы расположения продукции даже руководителю склада будет сложно найти нужный товар.

Пока на складе работает тот человек, который придумал эту схему расположения товара, то все более-менее нормально. Но его напарник может и не знать всех нюансов, поэтому есть риск отгрузки покупателю не того цвета или размера продукции, так как они очень похожи между собой внешне.

При автоматизации работы склада риск появления такой ситуации сводится к нулю. Весь товар промаркирован штрих-кодами, которые считываются сканерами. Товар на полках расположен по артикулам, сотрудник всегда может найти нужную единицу продукции по номеру полки и стеллажа, они отображаются в терминале у сотрудника.

На неавтоматизированном складе контроль за сроками хранения скоропортящихся товаров возлагается исключительно на самих сотрудников и бумажную документацию. Риск появления просрочки из-за того, что о партии товара забыли или не успели продать по причине большого количества продукции, сильно растёт. Чем больше размер склада, тем выше риск появления таких издержек.

В автоматизированном складе специальная программа контролирует не только наличие остатков, но и срок хранения продукции. Поэтому перед завершением граничного срока хранения программа подает уведомления о том, что нужно срочно реализовывать продукцию [6].



Складирование и хранение автоматизация работы в этой сфере позволит:

1. Размещать коробки в той последовательности, в которой будет проводиться отгрузка покупателям. Чем меньше остался срок хранения, тем ближе к выходу размещают коробки.

2. Можно практиковать технологию, благодаря которой товары для одного покупателя будут находиться на отдельном стеллаже.

3. Система будет самостоятельно определять те ячейки, которые нужно освободить для выполнения более срочных задач.

При выборе нужно учитывать размеры и объемы продукции склада. Если у вас небольшое по размерам хранилище, то можно воспользоваться отечественными разработками. Для крупного склада нужно учитывать возможность модернизации программы в случае расширения предприятия.

Сначала нужно внимательно проанализировать работу склада. Определяются слабые места, которые замедляют работу всего предприятия. Далее подбирают программное обеспечение и оборудование, с помощью которых можно будет усилить слабые места.

При подборе программного обеспечения сначала определяют количество доступных ресурсов, составляется техническое задание для разработчиков. Учитывается бюджет – если он ограничен, то разумнее выбирать отечественное или бесплатное программное обеспечение.

Для автоматизации склада можно использовать программы «БИТ.WMS» или «1С: WMS Логистика» [4].

Перед внедрением WMS нужно создать соответствующие алгоритмы. Нужно зонировать пространство, распределить товары по группам и типоразмерам. Потребуется обучение персонала, если сотрудники раньше работали с бумажными накладными и обрабатывали заказы вручную.

Вывод:

Автоматизация работы склада необходима практически для каждого предприятия. Благодаря терминалам и программному обеспечению можно контролировать наличие товара на складе, сократить количество бумажной документации, минимизировать ошибки в комплектации по вине персонала. Вы сможете давать задачи удаленно через терминалы, после чего контролировать точность и своевременность их выполнения.

### **Список использованных источников**

1. 1С: Предприятие 8. 1С: Логистика: управление складом – Режим доступа: <https://solutions.1c.ru/catalog/wms/features> (дата обращения: 27.10.2021).

2. Автоматизация склада – источник конкурентного преимущества – Режим доступа: <https://1solution.ru/sobytiya/stati/avtomatizatsiya-sklada-istochnik-konkurentnogo-preimushchestva.html> (дата обращения: 27.10.2021).

3. Современная логистика. / Под ред. Джонсон Д.С., Вуд Д.Ф., Вордлоу Д.Л., Мерфи-мл П.Р. – Москва: Вильямс, 2009. (дата обращения: 28.10.2021).

4. Автоматизация склада как метод оптимизации бизнес-процессов <https://www.ekam.ru/blogs/pos/avtomatizatsiya-sklada>.

5. Автоматизация склада: как автоматизировать работу и бизнес-процессы склада <https://ufa.1cbit.ru/blog/avtomatizatsiya-sklada-kak-avtomatizirovat-rabotu-i-biznes-protsessy-sklada/>

6. |Логистика и управление цепями поставок [http://logscm.ru/?page\\_id=5150](http://logscm.ru/?page_id=5150)

7. Фархутдинов, А.М. Оценка эффективности строительства доходных домов // Экономика строительства. Научный, производственно-экономический журнал. – 2012. – №3. – С. 39-42.

## RELEVANCE OF WAREHOUSE AUTOMATION

**I.I. Akhtaryanova, E.D. Kritskaya**

*Ufa Fuel and Energy College,  
Ufa, Russia*

Our article will present the automation of warehouses of goods, which allows you to speed up management decisions and minimize the number of errors arising from the human factor. Complete and reliable information about the stored goods, their movement. Input and execution of all necessary warehouse documents. Support for all legally stipulated warehouse operations.

**Key words:** Automation, Warehouse systems, WMS systems, Warehouse, Storage, Warehousing.

УДК 330.1

## СУЩНОСТЬ ОПТИМИЗАЦИИ УЧЕТА И АНАЛИЗА АКТИВОВ ОРГАНИЗАЦИИ И ИСТОЧНИКОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ

**Э.В. Бабакехян, Р.С. Гунчаракова, М.А. Сапунова**

*Ставропольский государственный аграрный университет,  
г. Ставрополь, Россия*

Статья направлена на углубление знаний в области оптимизации процессов учета, которая на данный момент неоспоримо является актуальной. В статье раскрыты понятия об учете и анализе активов экономического субъекта, основные правила их ведения. Работа направлена на описание сущности оптимизации данных, которые играют важную роль в жизнь организации, особенно на современной стадии развития бухгалтерского учета.

**Ключевые слова:** активы организации, бухгалтерский учет, анализ активов, источники формирования активов, оптимизация.

Активы предприятия – хозяйственные средства, которые находятся в распоряжении организации и являются результатом ее экономической деятельно-

сти. Такого рода инструменты для осуществления стабильной работоспособности могут поспособствовать дальнейшему росту компании по всем параметрам, касающимся ее траектории движения на поле бизнес индустрии [1].

Изучение вопроса учета имущества организации, представляет собой непрерывную цепь исследований, каждое звено которой олицетворяет новое открытие, усовершенствование привычного строя работы, упрощение прежней технологии, углубление знаний, посредством более подробного рассмотрение вопроса. Каждое передовое решение в бухгалтерском учете не проходит бесследно и оставляет свой отпечаток, как минимум в истории развития науки, что и обуславливает актуальность рассматриваемой темы.

Активы, как было изложено выше, обладают возможностью обеспечивать приток денежных средств, но для этого они должны отвечать следующим требованиям [1]:

- использоваться для производства товаров, выполнения работ либо оказания услуг;
- обмениваться на другие ресурсы;
- применяться в качестве средства погашения задолженностей;
- распределяться между всеми участниками хозяйствующего общества.

После установления факта принадлежности объекта бухгалтерского учета к данной части баланса происходит распределение активов по видам (рис.1).

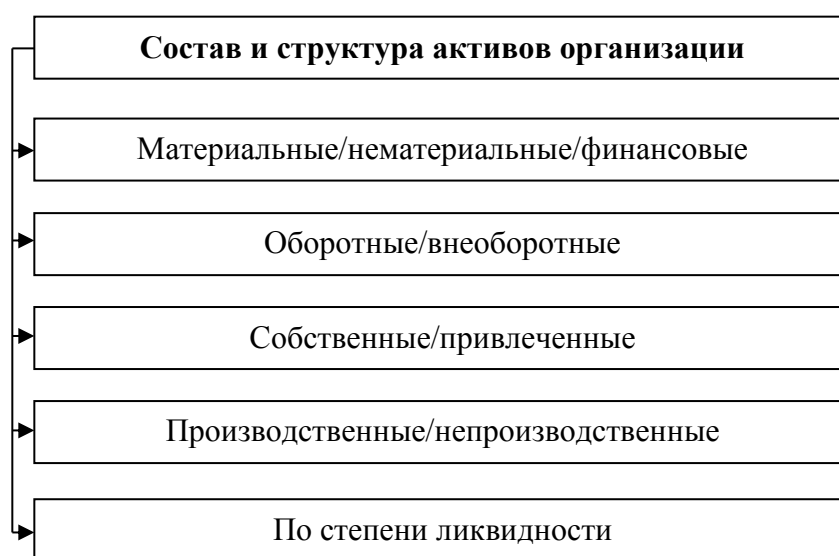


Рисунок 1 – Состав и структура активов организации

Источниками формирования активов являются собственные или же привлеченные средства, за счет которых и были приобретены активы хозяйствующего субъекта.

Классификация и понимание отличительных особенностей каждого вида предоставляет возможность оценить деятельность компании по конкретным экономическим параметрам [1].

Целью оптимизации активов предприятия является создание условий для последующего максимально эффективного использования всех видов имуще-

ства, а также для роста рентабельности компании. В процессе оптимизации предприятие проходит три этапа:

- достижение оптимального соотношения между активной и пассивной частью внеоборотных активов, которые задействованы в ходе операционной деятельности;
- создание баланса между активной и пассивной частями внеоборотных активов предприятия;
- создание оптимального соотношения трех основных видов оборотных активов.

В процесс оптимизации входят процедуры [3]:

- учет перспектив развития производственно–коммерческой деятельности компании и ее региональной диверсификации;
- обеспечение соответствия состава активов предприятия структуре производства и сбыта продукции;
- выбор наиболее прогрессивных видов активов;
- обеспечение оптимального состава активов исходя из их совокупной оборачиваемости;
- обеспечение оптимального состава активов с точки зрения их ликвидности;
- обеспечение оптимального состава активов в плане сведения к минимуму риска их потерь в ходе использования;

При оптимизации необходимо учитывать отраслевые особенности осуществления хозяйственной деятельности, среднюю длительность операционного цикла, а также оценку положительных и отрицательных характеристик использования различных видов имущества.

Оптимизация является сложным процессом, который не проходит молниеносно, а наоборот, связующая нить проходит сквозьгоды, объединяя все ступени эволюции учета в единую систему.

Так, в 2009 году было положено начало изменениям в российских стандартах бухгалтерского учета, которые позволяли выбирать способ учета, позволяющий наиболее реалистично отражать положение организации в финансовой отчетности. Затем последовала череда не менее значимых нововведений: ведение учета с использованием сети интернет, электронный документооборот, возможность сдавать единую налоговую отчетность. Все это и многое другое дало возможность облегчить работу специалистам, уменьшить риски допущения ошибок и решить иные проблемы в данной сфере.

На данном этапе истории развития науки мы видим ситуацию, которая не может не радовать, ведь большинство процессов, связанных с учетом активов организации автоматизировано, что во многом является преимуществом. Плюсами оптимизации в данной области можно назвать как увеличение скорости процессов, так и то, что уменьшается количество бумаги, используемой в качестве ресурса для документооборота.

Чтобы перевести поставщику или подрядчику сумму за товары, выполненные работы, предоставленные услуги уже необязательно отправляться само-

стоятельно в банк, а достаточно оформить необходимые документы в программе и произвести перевод, через сеть интернет.

Уменьшение риска допущения ошибок, разгрузка рабочего дня персонала, возможность увеличения производства без вреда для верного ведения учета, лишь малая часть благ, которые привнесла в жизнь науки оптимизация.

Таким образом, в работе были раскрыты понятия об учете активов экономического субъекта, описана сущность оптимизации данных, рассмотрены объекты учета. Оптимизация процессов учета активов происходит с целью создания более продуктивного использования всех видов имущества того или иного экономического субъекта в определенный промежуток времени. Рассматриваемые в данной статье механизмы являются неотъемлемой частью жизни каждой организации и специалист должен разбираться в нюансах своей деятельности, что и объясняет актуальность статьи.

### **Список использованных источников**

1. Алексеева, Г.И. Бухгалтерский учет и отчетность / Г.И. Алексеева. – Учебник. – Москва: КноРус, 2021 г.
2. Парасоцкая, Н.Н. Бухгалтерский учет: современные вызовы, приоритеты и пути развития. том 1./ Н.Н. Парасоцкая. – М: Русайнс, 2017 г.
3. Сапунова, М.А. Анализ финансовых результатов деятельности организаций Ставропольского края / М.А. Сапунова // Экономика отраслей агропромышленного комплекса: Сборник научных трудов. – Астрахань. – 2018. – № 42.

### **THE ESSENCE OF OPTIMIZATION OF ACCOUNTING AND ANALYSIS OF THE ORGANIZATION'S ASSETS AND SOURCES OF THEIR FORMATION**

**E.V. Babakekhian, R.S. Guncharakova, M.A. Sapunova**

*Stavropol State Agrarian University,  
Stavropol, Russia*

The article is aimed at deepening knowledge in the field of optimization of accounting processes, which is indisputably relevant at the moment. The article reveals the concepts of accounting and analysis of assets of an economic entity, the basic rules of their management. The work is aimed at describing the essence of data optimization, which play an important role in the life of an organization, especially at the current stage of accounting development.

**Keywords:** assets of the organization, accounting, asset analysis, sources of asset formation, optimization.

## ДОМИНИРОВАНИЕ ТЕХНИКИ APPLE НА РЫНКЕ

О.Д. Бебекин<sup>1</sup>

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена доминированию продукции Apple на рынке электроники. Статья раскрывает причины, по которым Apple стала управлять трендами на рынке электронных гаджетов. Так же автор определит зависимость успеха компании от дизайна их собственной продукции и рекламы, продвигающей эту самую продукцию.

**Ключевые слова:** Apple, рынок, тренды, продукция, компания, успех, доминирование, электроника, уникальный, конкурент.

Существует множество мнений о том, как Apple заняла лидирующие позиции на технологическом рынке. Автор статьи предпримет попытки выявить истинные причины этого, а также выявит влияние компании на экономику Соединенных Штатов Америки. На сегодняшний день Apple является одним из самых влиятельных мировых брендов. Всего за несколько десятилетий Apple стала самым большим объектом на рынке мобильных устройств, ежегодно выпуская новые модели смартфонов, часов и планшетов, каждый из которых продается лучше своих предшественников.

Продавая огромное количество устройств и аксессуаров к ним, Apple является эталоном качества и надежности, занимая место наиболее уважаемого и дорогого бренда на рынке мировой экономики.

Чтобы исключительно точно понять причины популярности и влиятельности Apple, обратимся к истории бренда. Основанная в Калифорнии в 1976 году компания, основанная Стивом Джобсом и Стивом Возняком, начала свой путь с продажи персональных компьютеров, которые обрели огромную популярность с появлением линейки компьютеров Apple II, поступившей в продажу 5 июня 1977 г.

В 2001 году Apple под руководством Стива Джобса презентовала iMac, отличавшийся авангардным дизайном, а в 2003 был запущен сервис iTunes.

Стремительный рост капитализации Apple начался сразу после презентации первого смартфона фирмы – iPhone.

Если в 2008 г. Apple выручила от продаж iPhone \$1 млрд 844 млн (5,68 % от общей выручки корпорации), то в 2013 г. эта сумма выросла до \$170 млрд (53,41 % от общей выручки). В этом же 2013 году маржа Apple достигла порядка 30 %, что является сверх-высоким показателем как для производителя электроники, так и для IT компании в целом.

За последние пять лет доля продаж в выручке Apple опустилась с 63,2 % до 44,2 %, а доля сервисов и подписок за то же время поднялась с 10 % до 22 %.

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

Это говорит о том, что компания отходит от изготовления одного продукта, и главный фокус делается не на смартфоны iPhone.

В 2019 году компания оказалась на втором месте среди самых прибыльных компаний мира. Финансовый 2019 год Apple завершился с выручкой в размере \$260 млрд против \$265 млрд 2018 года, что было связано с уменьшением спроса на смартфоны iPhone. Показатель продажи смартфонов был единственным сдающим позиции в компании. Показатели же другой техники, наоборот, показали хорошие результаты:

Выручка с планшетов iPad поднялась с \$18 млрд до \$21 млрд, а переносные устройства, типа наушников и колонок подскочила с \$17 млрд до \$24 млрд. Магазин приложений App Store и прочие сервисы компании в 2019 году вообще побили все рекорды. Доход с них вырос с \$39 млрд до \$46 млрд. Это говорит о смещении потребительского акцента со смартфонов Apple на другую технику производителя.

По итогам 2020 финансового года Apple заработала \$274 млрд выручки против \$260 млрд годом ранее. Основным источником доходов Apple остаются смартфоны. В 2020 финансовом году реализация iPhone составила \$137 млрд, снизившись относительно показателя годичной давности в \$142 млрд. Спад из-за того, что пользователи ждали выход новых моделей, а он задержался из-за пандемии коронавируса COVID-19. Остальные отрасли продаж в 2020 году показали прирост ниже ожидаемого, что так же связано с пандемией коронавируса. В 2021 финансовом году Apple выручила рекордные \$365 млрд против \$274 млрд годом ранее. Продажи устройств у компании за это время поднялись с \$220 млрд до \$297 млрд, а доходы от облачных сервисов повысились с \$53 млрд до \$68 млрд.

Крупнейшим источником заработка остаются продажи смартфонов, которые составили \$191 млрд, тогда как годом ранее они измерялись \$137 млрд. Все остальные категории, такие как планшеты, переносные устройства и аксессуары, персональные компьютеры в 2021 финансовом году так же показали значительный рост продаж. Смотря на успех Apple многие другие компании начали перенимать различные решения фирмы. Большинство современных телефонов начали использовать вырез в дисплее под фронтальную камеру вместо того, чтобы выделять для одной камеры целую полосу. Недавнее решение Apple отказаться от зарядных устройств, поставляемых в комплекте со смартфонами сначала казалось абсурдным, и даже высмеивалось такими гигантами электроники как Samsung, однако сейчас, даже они постепенно отказываются от зарядных устройств в угоду экологии.

На протяжении всей своей истории, для привлечения к своей продукции Apple придерживалась несколькими правилами. Именно они помогли компании вырасти в гиганта индустрии электроники, а также удерживать высочайшие позиции в экономике Соединенных Штатов Америки:

– Простота и функциональность устройств.

Интуитивно понятный пользовательский дизайн прост в освоении. Начиная с инновационного iMac G3, появившегося в 1998, все устройства Apple начали приобретать почти неизменный до сих пор дизайн MacOS для персональных компьютеров. Сейчас на базе MacOS существует так же IOS, операционная система для смартфонов и планшетов, использующая те же наработки ка-

чественного дизайна, которые продолжают привлекать к экосистеме Apple всё больше и больше потребителей.

– Доработанность каждой функции и разработки.

Хоть компания уже давно не является инноваторской на рынке современных технологий, Touch ID, Face ID или Siri были разработаны задолго до Apple, она активно покупает различные наработки других компаний и совершенствует их до предела. Качественно проработанные детали и особенности выделяют технику Apple на рынке и приносят прибыль в больших количествах.

– Неповторимый дизайн.

Абсолютно каждое устройство Apple с начала нулевых обладает собственным оригинальным дизайном, являясь идеальным сочетанием элегантности и технологий.

В каждой рекламной кампании фирма так же не отходит от своих принципов. Вся информация доносится до потребителя в самой прямой форме. Минимализм и практичность в связке с элегантностью и инновациями создают огромный ажиотаж вокруг каждой выставки и рекламы Apple.

– Отсутствие большого выбора устройств.

Компания не дает особого выбора для потребителя. В каждой линейке устройств, существующих сейчас на рынке Apple, присутствует лишь одно устройство, которое может отличаться лишь цветом корпуса и объемом памяти. Благодаря этому непросвещенный пользователь, совершенно незнакомый с техникой фирмы Apple, способен приобрести себе смартфон, ноутбук или планшет, полностью соответствующий его запросам. Четкое следование всем этим правилам, вместе с идеально чистой репутацией помогли Apple за всё время своего существования основать огромную потребительскую базу, готовую покупать каждое новое устройство, принося гигантскую прибыль.

### **Список использованных источников**

1. История Apple [Электронный ресурс]. URL: <https://quokka.media/istorii-brendov/apple/> (дата обращения 20.11.2021 г.)

2. Википедия. Apple [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Apple> (дата обращения 20.11.2021 г.)

3. Корпорация Apple. Досье. [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/info/1425116> (дата обращения 20.11.2021 г.)

4. «Мы хотели обогатить людей «Стив Джобс [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/articles/2020/09/22/apple/> (дата обращения 20.11.2021 г.)

5. 5 важных принципов, которые сделали Apple великой компанией [Электронный ресурс]. URL: <https://www.iphones.ru/iNotes/pochemu-apple-stalavelikoju-kompanieju-delo-v-5-vazhnyh-principah-11-18-2021> (дата обращения 20.11.2021 г.)

6. Финансовые показатели Apple [Электронный ресурс]. URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Финансовые\\_показатели\\_Apple](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Финансовые_показатели_Apple) (дата обращения 20.11.2021 г.)

7. Леонов, С.А. Особенности реализации товаров субъектами предпринимательской деятельности на маркетплейсах // Дневник науки. 2021. №8 [Элек-



тронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov3.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).

8. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).

## **DOMINATION OF APPLE TECHNOLOGIES IN THE MARKET**

**O.D. Bebekin**

*FSBEI HE»St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article is devoted to the dominance of Apple products in the electronics market. The article reveals the reasons why Apple began to manage the trends in the electronic gadgets market. Also, the author will determine the dependence of the company's success on the design of their own products and advertising promoting these very products.

**Key words:** Apple, market, trends, products, company, success, dominance, electronics, unique, competitor.

**УДК 338.24.021.8**

## **РОЛЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЖИЛЬЕ И ГОРОДСКАЯ СРЕДА» В БЛАГОУСТРОЙСТВЕ МУНИЦИПАЛИТЕТОВ**

**С.В. Бессергенов, А.Г. Фурин**

*ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет»,  
г. Йошкар-Ола, Россия*

Политика государства в области национальных проектов направлена на обеспечение научно-технологического и социально-экономического развития России, повышения уровня жизни, создания условий и возможностей для самореализации каждого человека. Статья посвящена вопросам реализации национального проекта «Жилье и городская среда» как важнейшего направления деятельности муниципалитетов по благоустройству территорий.

**Ключевые слова:** городская среда, благоустройство, муниципалитет, национальный проект, самоуправление.

Недостаточная эффективность работы министерств и ведомств, а также просчеты при проведении социальных и экономических реформ в 90-е годы, стали основанием для разработки новых мероприятий по выходу из кризисной

ситуации и решения сложившихся проблем. Национальные проекты стали стратегическим инструментом по развитию в Российской Федерации конкретных сфер общественных отношений.

По итогам заседания президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам 24 декабря 2018 года был утвержден паспорт национального проекта «Жилье и городская среда». Паспорт нацпроекта разработан Минстроем России во исполнение Указа Президента России от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и включает в себя четыре федеральных проекта: «Ипотека», «Жильё», «Формирование комфортной городской среды» и «Обеспечение устойчивого сокращения непригодного для проживания жилищного фонда».

В структуре федерального проекта «Формирование комфортной городской среды» выделяется региональный элемент, представляющий собой часть национального проекта, за реализацию которой на территории Республики Марий Эл несет ответственность Минстрой и ЖКХ Республики Марий Эл. Паспорт регионального проекта называется «Формирование комфортной городской среды (Республика Марий Эл)».

На заседании Совета при Президенте Российской Федерации по развитию местного самоуправления, состоявшемся 30 января 2020 г., Президент Российской Федерации В. В. Путин отметил, что «успешная реализация национальных проектов невозможна без активного участия в этой работе муниципальных органов власти [2].

Значимую роль в реализации органами местного самоуправления мероприятий в рамках региональных проектов (демография, здравоохранение, образование, жилье и городская среда, экология, безопасные и качественные автомобильные дороги, цифровая экономика и т.д.) играет участие жителей республики как в определении приоритетных проектов для их реализации на территории конкретного муниципального образования, так и личное участие в реализации проектов и осуществлении общественного контроля.

Для повышения эффективности реализации национальных проектов на муниципальном уровне реализуются следующие мероприятия:

– возложение персональной ответственности на глав муниципалитетов за достижение показателей региональных проектов или перечень мероприятий в объеме, предусмотренном для муниципального образования и контрольно-надзорных функций в области достижения региональных показателей;

– назначение из числа заместителей главы муниципалитета кураторов по конкретным мероприятиям в рамках реализации национальных проектов путем определения функции по организации реализации мероприятий в рамках национальных проектов [1].

Цель проекта – создать наиболее удобную, качественную, комфортную и современную среду для жизни граждан, преобразить города и поселки, а также вовлечь граждан в процесс благоустройства территорий.

В рамках указанного федерального проекта только за 2020 год на территории Республики Марий Эл благоустроено 98 территорий, в том числе 37 дворовых территорий и 61 общественное пространство.

Благодаря участию муниципальных образований в проекте формирования комфортной городской среды территории муниципальных образований обретают эстетический вид путем выполнения работ по озеленению, также появляется комфортная среда для активного, либо тихого времяпрепровождения младшего и старшего поколения, создаются условия для комфортного и безопасного передвижения с учетом интересов различных групп населения, увеличивается туристический поток. Все это положительно влияет на занятость, уровень культурной и экономической активности населения, а также на важнейшие для человека направления в сфере сохранения экологии, здорового образа жизни, здоровых отношений в обществе [3].

К 2024 году Президент РФ поручил повысить индекс качества городской среды на 30 % и сократить количество городов с неблагоприятной городской средой в два раза. Чтобы оценить достижимость этих показателей, был разработан инструмент, который оценивает качество городской среды по 6 пространствам и 6 критериям:

1. Пространства: жилье и прилегающие пространства, улично-дорожная сеть, озелененные пространства, общественно-деловая инфраструктура и прилегающие пространства, социально-досуговая инфраструктура и прилегающие пространства, общегородское пространство.

2. Критерии: безопасность, комфортность, экологичность и здоровье, идентичность и разнообразие, современность и актуальность среды, эффективность управления.

Города России с самым высоким и самым низким индексом качества городской среды в 2020 году приведена в таблице 1 [4].

Таблица 1 – Города России с самым высоким и самым низким индексом качества городской среды в 2020 году

№ п/п	города России с самым высоким индексом качества городской среды	баллы	города России с самым низким индексом качества городской среды	баллы
1	Москва	288	Алзамай (Иркутская область)	98
2	Реутов (Московская область)	263	Вилуйск (Республика Саха)	108
3	Кудрово (Ленинградская область)	259	Балей (Забайкальский край)	111
4	Санкт-Петербург – 249	249	Тулун (Иркутская область)	112
5	Великий Новгород – 240	240	Омск (Омская область)	113

Республика Марий Эл вошла в число 23 регионов, которые показали в 2020 году рост качества городской среды выше, чем планировалось федеральным проектом. В 2020 году среднее значение Индекса качества городской среды по Республике Марий Эл составило 186 баллов (условно комфортный климат): г. Козьмодемьянск – 225 баллов; г. Йошкар-Ола – 177 баллов; г. Звенигово – 175 баллов; г. Волжск – 168 баллов. Положительная динамика за 2020 год была отмечена по половине критериев. В их числе – сервисы и уровень доступности го-

родской среды для маломобильных групп населения, озеленение и доступность для граждан озелененных территорий, освещение и уровень внешнего оформления городского пространства, количество точек притяжения для населения.

Общественными территориями, планируемыми к благоустройству в 2022 году и занявшими первые места в рейтинге голосования граждан были признаны: зона отдыха на Набережной реки Малая Кокшага, г. Йошкар-Ола; благоустройство тротуаров в микрорайоне «Заря», г. Волжск; Аллея здоровья вдоль садов «40 лет Октября» со скейт-площадками, г. Козьмодемьянск [5].

Несмотря на положительную динамику следует отметить ряд проблем, влияющих на эффективность реализации национальных проектов на уровне муниципалитетов:

1. Средства, выделяемые федеральными органами власти на реализацию нацпроектов на территории муниципальных образований, не всегда учитывают особенности региона (в т. ч. инфраструктуру) и зачастую недостаточны для их завершения в полном объеме.

2. Отсутствует нормативно-правовая база, закрепляющая процесс и характер участия органов муниципального управления в реализации национальных проектов.

3. Граждане часто не имеют четкого понимания от получаемых ими преимуществ при осуществлении национальных проектов, считая, что их реализация никак не повлияет на уровень их повседневной жизни.

4. Недостаточность средств республиканского бюджета.

5. Отсутствие эффективной обратной связи между федеральными и региональными органами управления и муниципальным уровнем власти.

К основным факторам, обуславливающим результативность на муниципальном уровне, следует отнести: взаимовыгодное сотрудничество публично-частного партнерства; внедрение механизмов и инструментов проектного управления; взаимодействие с населением; профессиональная подготовка муниципальных управленческих команд; межмуниципальное взаимодействие и функциональная кооперация.

### **Список использованных источников**

1. Национальные проекты в муниципалитетах // Научный словарь-справочник по техническим и гуманитарным дисциплинам: сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: [https://spravochnick.ru/gosudarstvennoe\\_i\\_municipalnoe\\_upravlenie/chto\\_takoe\\_municipalitet\\_ego\\_harakteristika/nacionalnye\\_proekty\\_v\\_municipalitetah/](https://spravochnick.ru/gosudarstvennoe_i_municipalnoe_upravlenie/chto_takoe_municipalitet_ego_harakteristika/nacionalnye_proekty_v_municipalitetah/) (02.11.2021).

2. «О лучших муниципальных практиках участия в реализации региональных проектов, обеспечивающих достижение целей, показателей национальных проектов и результатов их реализации» // Министерство экономического развития Российской Федерации: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.economy.gov.ru/material/file/cef4c87efa4337b5778a0b0f1c7d77cf/doklad.pdf> (02.11.2021).

3. Что такое «Формирование комфортной городской среды»? // Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Марий Эл: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

URL: <http://mari-el.gov.ru/minstroy/Pages/news/2021/Что-такое-Формирование-комфортной-городской-среды!-.aspx> (03.11.2021).

4. Индекс качества городской среды// Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации: сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://индекс-городов.рф/#/cities/4354> (02.11.2021).

5. Формирование комфортной городской среды: интернет-платформа для голосования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://12.gorodsreda.ru/voting/> (03.11.2021).

## **THE ROLE OF THE NATIONAL PROJECT «HOUSING AND URBAN ENVIRONMENT» IN THE IMPROVEMENT OF MUNICIPALITIES**

**S.V. Bessergenev, A.G. Furin**

*Volga State University of Technology, VSUT, Volgatch,  
Yoshkar-Ola, Russia*

The state policy in the field of national projects is aimed at ensuring the scientific, technological and socio-economic development of Russia, improving the standard of living, creating conditions and opportunities for self-realization of each person. The article is devoted to the implementation of the national project «Housing and urban environment» as the most important area of activity of municipalities for the improvement of territories.

**Keywords:** urban environment, landscaping, municipality, national project, self-government.

**УДК 331.1**

## **ВЛИЯНИЕ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА НА КАЧЕСТВО ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ**

**Д.Р. Биалова**

*ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский  
технологический университет»,  
г. Казань, Россия*

На сегодняшний день один из ключевых факторов выживания и достижения успеха предприятия на рынке - управление человеческими ресурсами. Кадры предприятия – конкурентное преимущество предприятия, которому необходимо всестороннее развитие, совершенствование, мотивация, именно в этом заключается сущность управления человеческими ресурсами (УЧР) предприятия. Ключевым фактором УЧР на современном предприятии является оплата труда.

**Ключевые слова:** человеческие ресурсы, управление человеческими ресурсами, система оплаты труда, оплата труда, персонал, кадры.

Оплата труда представляет собой вознаграждение работнику за труд в зависимости от количества и качества выработанной продукции, выполненных работ, услуг, зависящее от квалификации сотрудника и сложности работы и условий работы.

Система оплаты труда – это определенная система условий получения сотрудником заработной платы - оплаты за личный вклад в развитие предприятия.

Согласно ст.135 ТК РФ оплата труда сотрудника устанавливается трудовым договором в соответствии с действующими системами оплаты труда на предприятии.

Невозможно переоценивать значимость эффективной оплаты труда в организации. Организация напрямую заинтересована в создании прозрачной, понятной и справедливой системы оплаты труда, которая стимулировала бы работников на максимально эффективное выполнение своих трудовых функций.

В условиях переходного периода цель существенного улучшения уровня жизни посредством радикального повышения заработной платы, ее покупательной способности может быть выдвинута, главным образом, как стратегическая. Ее нельзя достигнуть быстро, не усугубляя финансовой нестабильности.

Основными причинами повышения уровня оплаты труда является рост качественных показателей деятельности предприятий, однако не исключен и фактор эволюции сбытовых цен, и сокращение персонала. В тех случаях, когда источником повышения заработной платы является рост цен, это является фактором прямого увеличения заработной платы для сельщиков и косвенного - для повременщиков. В условиях исчерпания резервов роста производительности труда повышение заработной платы происходит за счет роста объемов производства.

Экономическая конкурентоспособность и стабильность предприятий на рынке, непосредственно зависят от эффективных инвестиций в предприятие, направленных на повышение качества человеческих ресурсов. Основными показателями труда являются: заработная плата; производительность труда; расходы на персонал; структура и численность персонала; показатели движения кадров.

В развитых странах интегральный показатель оценки качества человеческих ресурсов – показатель «расходы на персонал», поскольку этот данный показатель содержит в себе все факторы человеческого капитала.

Расходы на персонал включают в себя: оплату социального обеспечения кадров; расходы на оплату персонала (оплата труда); выплаты вознаграждений персоналу; оплату обучение персонала; покупку привилегированных акций; оплату дивидендов; стоимость содержания социальных услуг; расходы на повышение квалификации персонала предприятия.

Расходы на персонал являются важными видами расходов, поскольку работники предприятия – неотъемлемый элемент для существования предприятия. Также фонд оплаты труда (ФОТ) является самой существенной частью расходов предприятия.

Величину заработной платы определяет рынок труда, то есть спрос на рабочую силу и предложение рабочей силы. Чем выше спрос на определенную

должность или специальность, чем меньше ее предложение на рынке труда, тем выше заработная плата, и, соответственно наоборот, чем выше ее предложение, тем ниже заработная плата.

Вся сущность заработной платы раскрывается в ее функциях, которые она осуществляет. Среди главных функций заработной платы выделяют функции: распределительную, воспроизводственную, регулирующую, стимулирующую, функция формирования платежеспособного спроса работающих по найму, статусную функция, функция обеспечения социальных накоплений (т.е. источника социальных рисков).

Н.М. Саликова справедливо отмечает: «Все присущие заработной плате функции находятся в диалектическом единстве и лишь в совокупности позволяют правильно понять сущность и содержание заработной платы, противоречия и проблемы, возникающие в процессе совершенствования ее организации».

В системе управления человеческими ресурсами оплата труда не только мотивирует сотрудника, но и формирует его социальное положение в обществе через формирование личных доходов. Действительно, именно оплата труда - основа управления человеческими ресурсами в любой организации.

На эту тему проводилось и до сих пор проводится множество исследований. Л. Мизес в своем труде «Человеческая деятельность» приводил пример зависимости работы человека и заработной платы: «Нельзя ставить вопроса о том, чтобы заставить людей работать только ради радости труда. Радость труда не может заменить промежуточное вознаграждение труда. Единственное средство побудить человека работать больше и лучше – это предложить ему более высокое вознаграждение».

А.Л. Мазин ссылается на исследования, которые проводились с 1974 по 2001 год. Их результаты показали линейную зависимость между увеличением заработной платы и производительностью труда. Система оплаты труда - центральный рычаг реализации функций системы управления человеческими ресурсами, сочетает в себе элементы мотивации и социальные аспекты, обеспечивая эффективность работы в целом.

Говоря об уровне заработной платы, приходится иметь в виду социальные и экономические последствия экономии на этой статье издержек:

1. Низкие заработные платы рабочих становятся препятствием для контроля на уровне цехов. Когда работника проще уволить, чем наказать, это ложится бременем на линейный персонал (вынужденный затрачивать время опытных рабочих и средства из фонда оплаты труда на обучение новичков), ставится под угрозу и выполнение плана.

2. Невысокая заработная плата в сочетании с обширным социальным пакетом, безусловно, способствует лишь поддержанию занятости на предприятиях, нежели стимулирует производительность, и фактически консервирует ситуацию с персоналом.

Символический уровень заработной платы является оборотной стороной низкой производительности труда, соблюдения гарантий и льгот, удобного графика неинтенсивной работы и лояльности руководства.

3. Низкая заработная плата может стать тормозом технологического развития организации. Можно предположить, что технологически продвинутые предприятия, а также предприятия с опасными и сложными технологиями не

могут позволить себе низкие зарплаты – роль квалификации персонала и цена ошибки человека слишком высоки для этого.

Рационально спланированная оплата труда в системе управления качеством человеческих ресурсов позволяет организации получить следующие преимущества: способствует сплочению коллектива и формированию благоприятной атмосферы; дает возможность профессиональному развитию каждого сотрудника; повышает работоспособность персонала и желание внести вклад в общее дело; воспитывает корпоративный дух в компании; способствует укреплению имиджа компании.

Если организации удастся повысить заинтересованность сотрудника в своей работе, то это отразится как на его благосостоянии, повышении эффективности труда, так и успешности и процветании компании.

В зарубежной практике организации системы оплаты труда широко распространено участие в прибыли, получаемой фирмой, ее сотрудниками. В случае если фирма получает дополнительную прибыль, то она частично или полностью направляется на выплату премий сотрудникам в зависимости от их квалификации, стажа, вклада в достижение данного финансового результата. В развитых странах также достаточно распространена система участия сотрудников в капитале фирмы, что предусматривает распространение акций между сотрудниками и выплаты им дивидендов. В этом случае сотрудники фирмы заинтересованы в повышении эффективности функционирования фирмы, так как это стимулирует рост акций фирмы, а, следовательно, и рост получаемых ими дивидендов.

#### **Список использованных источников**

1. Горленко, О.А. Управление персоналом: учебник для вузов / О.А. Горленко, Д.В. Ерохин, Т.П. Можаяева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020.

2. Оплата труда персонала: учебник и практикум для вузов / О. А. Лапшова [и др.]; под общей редакцией О.А. Лапшовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021.

3. Круглов, Д.В. Стратегическое управление персоналом: учебное пособие для вузов / Д. В. Круглов, О. С. Резникова, И. В. Цыганкова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021.

### **THE IMPACT OF THE REMUNERATION SYSTEM ON THE QUALITY OF HUMAN RESOURCES**

**D.R. Bilalova**

*FSBEI HE «Kazan National Research Technological University»,  
Kazan, Russia*

Today, one of the key factors for the survival and success of an enterprise in the market is human resource management. The personnel of the enterprise is a competitive advantage of the enterprise, which needs comprehensive development, improve-



ment, motivation, this is the essence of human resource management (HRM) of the enterprise. The key factor of HRM in a modern enterprise is remuneration.

**Keywords:** human resources, human resource management, remuneration system, remuneration, personnel, personnel.

УДК 330

## ВНЕШНЯЯ ЛИБЕРАЛИЗАЦИЯ КАК ПРЕДПОСЫЛКА ФОРМИРОВАНИЯ ЕДИНОГО РЫНКА

Е.В. Бондаренко, Е.Ю. Собащук, Р.Ю. Собащук

*РГЭУ РИНХ,  
г. Ростов-на-Дону, Россия*

Единый рынок задумывался как средство повышения внешней конкурентоспособности транснациональных корпораций из Европы. В этом процессе большую роль играла глубокая интеграция через гармонизацию технических стандартов и правил. В статье рассматривается динамика регионализации, которая представляет собой явный ответ на глобальную конкуренцию.

**Ключевые слова:** единый рынок, интеграция, регионализация.

Если в подходах, ориентированных на внутренний рынок, игнорируется степень, в которой единый рынок должен был функционировать как конкурентное устройство для европейских фирм на международных рынках, то подход, ориентированный на непредвиденные обстоятельства, прямо утверждает, что внешняя торговля не была проблемой. Эти аспекты вышли на первый план только после завершения создания единого рынка, что создало «систематический уклон в сторону либерализации».

Анализ Хансона также появляется в исследованиях IPE [1, 122]. Хансон выдвигает несколько аргументов, доказывающих, что СЭО не предназначалось для решения вопросов внешней торговли. Во-первых, он опирается на авторитетного специалиста по теории торговли Джейкоба Винера, чтобы предположить, что в случае регионального торгового соглашения внутренняя либерализация не обязательно означает либерализацию внешней торговли. Экономическая теория таможенных союзов показывает, что возможна либерализация внутреннего рынка в сочетании с внешним протекционизмом». Во-вторых, он ссылается на латиноамериканские торговые блоки 1960-х годов, чтобы подчеркнуть, что внутренняя либерализация исторически практиковалась, не приводя к внешней либерализации. Наконец, никто из участников процесса создания внутреннего рынка даже не задумывался о внешней торговле [2, 635].

Прежде чем перейти к рассмотрению доказательств Хансона относительно единого рынка, заслуживают внимания его исторические и теоретические аргументы. Последние должны продемонстрировать возможность одновременной

внутренней региональной либерализации и внешнего протекционизма. Однако, хотя Винер и признавал потенциал таможенных союзов, ограничивающий торговлю, он, тем не менее, рассматривал их в положительном свете: «как правило, таможенные союзы, вероятно, представляют собой шаг вперед к более свободной торговле». Таможенные союзы действительно могут привести к снижению средних тарифов на импорт из-за пределов союза. Поэтому окончательная оценка может быть получена только в результате эмпирического исследования [3, 53].

Кроме того, необходимо признать, что во времена глубокой интеграции внешняя либерализация может поощряться без обязательного изменения уровня тарифов.<sup>6</sup> Подводя итог, можно сказать, что внешняя либерализация вполне может быть побочным продуктом внутренней либерализации. Исторический аргумент Хансона также является спорным, поскольку торговые блоки 1960-х годов не были основаны на принципе свободной торговли. Действительно, эти проекты региональной интеграции критиковались теоретиками свободной торговли за то, что они «ставят телегу впереди лошади и убивают движение вперед». Вместо того чтобы позволить ценам определять распределение ресурсов между различными экономиками, участвующими в региональных соглашениях, торговые потоки согласовывались административным путем. Внутри этих торговых блоков не было никакой внутренней либерализации - совсем наоборот. Возвращаясь к истории европейского единого рынка, следует отметить, что условное объяснение Хэнсона было оспорено в связи с центральной ролью социальных сил в этом процессе.

В рамках стагистских исследований особенностью контингентной перспективы является отрицание того, что проблемы внешней торговли способствовали формированию единого рынка на первом этапе, и представление их как непреднамеренного результата на втором этапе. Однако ни теоретические, ни исторические аргументы не поддерживают этот анализ, и с самого начала проект единого рынка имел дело с внешней торговлей как одним из центральных аспектов.

### **Список использованных источников**

1. Park H., Bieling C. Looking at hidden connections to explore adaptive capacity of cultural landscape systems: case studies of four landcare associations in Germany //Ecology and Society. – 2021. – Т. 26. – №. 4.

2. Bürbaumer B. TNC Competitiveness in the Formation of the Single Market: The Role of European Business Revisited //New Political Economy. – 2021. – Т. 26. – №. 4. – С. 631-645.

3. Kashif M., Akram H. W. TRADE CREATION, TRADE DIVERSION AND CONSUMER SURPLUS IN ASEAN-INDIA FREE TRADE AGREEMENT: A SINGLE MARKET PARTIAL EQUILIBRIUM APPROACH //Academy of Strategic Management Journal. – 2021. – Т. 20. – С. 1-10.

## EXTERNAL LIBERALIZATION AS A PREREQUISITE FOR FORMATION OF SINGLE MARKET

**E.V. Bondarenko, E.Y. Sobashchuk, R.Y. Sobeshchuk**

*RUSSIAN STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS RINH,  
г. Rostov-on-Don, Russia*

The single market was thought to increase the foreign competitiveness of transnational corporations from Europe. Deep integration through harmonization of technical standards and rules played a major role in this process. The article examines the dynamics of regionalization, which is a clear response to global competition.

**Keywords:** single market, integration, regionalization.

УДК 330

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЕДИНОГО РЫНКА

**Е.В. Бондаренко, Е.Ю. Собащук, Р.Ю. Собащук**

*РГЭУ РИНХ,  
г. Ростов-на-Дону, Россия*

В основе литературы о формировании европейского единого рынка лежит парадокс. С одной стороны, существует широкий консенсус относительно важности усиления международной конкуренции как одной из основных причин возобновления европейской интеграции в начале 1980-х годов. С другой стороны, возникновение единого рынка изображается как внутренний процесс, не обусловленный проблемами внеевропейской конкуренции. Единый рынок в статье рассматривается как средство повышения внешней конкурентоспособности транснациональных корпораций из Европы.

**Ключевые слова:** единый рынок, интеграция, международная конкуренция.

Похоже, существует широкий консенсус в отношении того, что растущее международное конкурентное давление сыграло центральную роль в инициировании формирования единого рынка. Однако при понимании этого ограничения, как правило, либо недооценивается, либо откровенно отрицается то, что повышение конкурентоспособности европейских фирм является составной частью единого рынка.

Можно выделить три различные версии стагистской литературы в зависимости от того, как они учитывают проблемы внешней торговли в период формирования единого рынка [1, 63]. На первом этапе, ориентированный на внутренний мир, игнорирует внешние проблемы; ориентированный на непредвиден-

ные обстоятельства утверждает, что субъекты единого рынка не особенно беспокоились о внешних проблемах; а ориентированный на торговую политику неоднозначно рассматривает внешние проблемы. На втором этапе, как ориентированные вовнутрь, так и ориентированные на торговую политику, настаивают на важности внешней торговли; в случае с учетом непредвиденных обстоятельств считается, что заинтересованные стороны ЕС уклонились от решения проблем внешней торговли в результате процедур принятия решений, предвзято относящихся к внешней либерализации. Общим для всех трех направлений является их тенденция рассматривать внешнюю конкурентоспособность как следствие политики, вместо того чтобы признать, как единый рынок как таковой функционирует в качестве средства стимулирования экспорта.

Широко известное исследование Моравчика о европейской интеграции, посвященное переговорам между государственными акторами, представляет собой репрезентативную иллюстрацию тех исследований, в которых формирование единого рынка рассматривается как процесс, направленный вовнутрь. С этой точки зрения, общее настроение «европессимизма» изменилось с решением Франции возобновить европейскую интеграцию в начале 1984 года, после того как она согласилась с неопределенной «необходимостью либерализации», за которую выступали Германия и Великобритания [2, 15]. Шесть месяцев спустя этот сдвиг материализовался в выводах саммита в Фонтенбло. Хотя содержание этих выводов остается неуточненным, кажется очевидным, что решающую роль сыграли национальные руководители Гельмут Коль, Франсуа Миттеран и Маргарет Тэтчер. Напротив, вклад негосударственных субъектов, таких как ERT, отвергается, поскольку они «не были инициаторами предложений по единому рынку» и «изначально выступали против них».

Стагистская перспектива преобладает не только в исследованиях, посвященных переговорам и международным отношениям, но и появляется в исследованиях в области ИПО. Гиллингем представляет период между 1982 и 1992 годами как формирование внутреннего рынка (Gillingham, 2003, pp. 231-40). Таким образом, он упускает из виду внешнеторговый аспект единого рынка, хотя факты могли бы побудить его поступить иначе: Гиллингем ссылается на доклад Чеккини о «стоимости не-Европы», но не замечает, что сам вызов, на который должна была ответить Европа, был одновременно и внешним, и внутренним. Ориентированные на внутренний мир отчеты лишь отдаленно признают значимость международной конкуренции для формирования единого рынка и предполагают, что вопросы внешней конкурентоспособности были затронуты лишь на втором этапе, в 1990-е годы.

Таким образом, остается неясным, почему вовлеченные страны либерализовали свои внутренние рынки для формирования единого рынка в 1980-х годах, и откуда взялись идеи относительно конкретной формы этого рынка. Этот пробел, по-видимому, связан с центральным местом «формального анализа уровней управления» [3, 20]. Это ограничение было преодолено исследованиями, подчеркивающими социально-экономическое содержание европейской интеграции, которые, в частности, показывают критическую роль ERT в формировании единого рынка. Но даже они, как не охватывают всего объема взаимосвязи между предложениями ERT и меняющимся международным контекстом, характеризую-

ющимся усилением международной конкуренции, воплощенной в настойчивом американском и растущем азиатском вызове.

#### **Список использованных источников**

1. Makhado R. A CRITICAL ANALYSIS OF THE EUROPEAN UNION SECURITY CHALLENGES //Chief Patron. – С. 15.
2. Csehi R. The challenge populist governments pose for the process and theory of European integration //West European Politics. – 2021. – С. 1-22.
3. Christians A., van Apeldoorn L. Tax Cooperation in an Unjust World. – Oxford University Press, 2021.

### **THEORETICAL BASES OF FORMATION OF SINGLE MARKET**

**E.V. Bondarenko, E.Yu. Sobashchuk, R.Yu. Sobashchuk**

*RUSSIAN STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS RINH,  
г. Rostov-on-Don, Russia*

There is a paradox in the literature about formation of European single market. On the one hand, there is a broad consensus on the importance of strengthening of international competition as one of the main reasons for the renewal of European integration in the early 1980s. On the other hand, the emergence of the single market is portrayed as an internal process, not driven by problems of extra-European competition. The single market in the article is viewed as a means to increase the external competitiveness of multinational corporations from Europe.

**Keywords:** single market, integration, international competition.

**УДК 658.155**

### **ОПЕРАЦИОННАЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ: ОЦЕНКА, ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ**

**Н.А. Бондаренко**

*Самарский университет государственного управления  
«Международный институт рынка»,  
г. Самара, Россия*

В статье рассматривается сущность операционной рентабельности, описываются подходы к ее определению в целях налогообложения и финансового анализа. Даются рекомендации по повышению эффективности операционной деятельности.

**Ключевые слова:** операционная рентабельность, эффективность, прибыль от продаж.

На сегодняшний день существует множество показателей рентабельности. Одним из наиболее распространенных является операционная рентабельность. Стоит отметить, что в целях налогообложения и финансового анализа данный термин трактуется по-разному.

Операционная рентабельность применяется в одном из методов, используемых при определении для целей налогообложения доходов (прибыли, выручки) в сделках, сторонами которых являются взаимозависимые лица, - методе сопоставимой рентабельности. Данный подход заключается в сравнении операционной рентабельности, сложившейся у лица, являющегося стороной анализируемой сделки, с рыночным интервалом операционной рентабельности в сопоставимых сделках, определенным в порядке, предусмотренном статьей 105.8 НК РФ.

При этом п. 3 ст. 105.12 НК РФ определяет, что при использовании метода сопоставимой рентабельности могут рассчитываться следующие показатели операционной рентабельности: 1) рентабельность продаж; 2) рентабельность затрат; 3) рентабельность коммерческих и управленческих расходов; 4) рентабельность активов; 5) иной показатель рентабельности, отражающий взаимосвязь между осуществляемыми функциями, используемыми активами и принимаемыми экономическими (коммерческими) рисками и уровнем вознаграждения.

Методика определения показателей операционной рентабельности изложена в п. 1 ст. 105.8 НК РФ.

Рентабельность продаж представляет собой частное от деления прибыли от продаж на нетто-выручку от реализации.

Рентабельность затрат – это результат деления прибыли от продаж на сумму себестоимости проданных товаров (работ, услуг), коммерческих и управленческих расходов, связанных с реализацией товаров (работ, услуг).

Рентабельность коммерческих и управленческих расходов – это частное от деления валовой прибыли на сумму коммерческих и управленческих расходов, связанных с реализацией товаров (работ, услуг).

Рентабельность активов представляет собой результат деления, где делимым выступает прибыль от продаж, а делителем - текущая рыночная стоимость внеоборотных и оборотных активов, прямо или косвенно используемых в анализируемой сделке.

Считается, что метод сопоставимой рентабельности менее требователен к сопоставимости, вследствие чего при недостаточности данных для использования метода последующей реализации и затратного метода применяется именно данный подход.

С точки зрения финансового анализа, в большинстве случаев под операционной рентабельностью понимается рентабельность продаж - отношение операционной прибыли (прибыли от продаж) к нетто-выручке от продаж. В то же время Власова В.М., Иванова Н.А. предлагают определять рентабельность операционной деятельности как отношение чистой прибыли к сумме нетто-выручки и доходов от прочей деятельности за вычетом расходов от прочей деятельности [1]. На наш взгляд, данный подход при расчете рентабельности операционной

деятельности выглядит не вполне правомерным, учитывая, что сальдо прочих доходов и расходов может содержать финансовый результат, не связанный с текущей (основной, обычной) деятельностью хозяйствующего субъекта. Кроме того, чистая прибыль – это конечный результат от всех видов деятельности предприятия (операционной, финансовой и инвестиционной).

Исходя из наиболее употребляемой формулы расчета операционной рентабельности, можно заключить, что данный показатель свидетельствует о том, сколько прибыли от продаж приходится на 1 рубль выручки, или, иными словами, показывает долю операционной прибыли в выручке от продаж компании. Очевидно, что, чем выше операционная маржа, тем более эффективна основная деятельность предприятия.

Операционная рентабельность входит в группу показателей доходности компании и анализируется в динамике за несколько периодов, а также в сравнении со среднеотраслевыми показателями и рентабельностью продаж других компаний отрасли. Важно отметить, что сопоставлять показатели рентабельности имеет смысл только в рамках одной отрасли в силу различий условий функционирования на разных рынках и особенностей бизнес-моделей. Для компаний, занимающихся сезонным бизнесом, важно выбирать для расчета более короткие временные интервалы (например, квартал или месяц). В противном случае произойдет нивелирование сезонной компоненты.

У показателей операционной рентабельности имеются следующие плюсы:

- 1) позволяют оценить эффективность операционных процессов в целом;
- 2) позволяют сравнивать результаты с другими компаниями отрасли в силу возможности получить данные для расчета из открытых источников;
- 3) легко рассчитываются и интерпретируются.

В то же время очевидным минусом показателей операционной рентабельности является отсутствие эталонного значения, с которым можно было бы произвести сравнение, поэтому можно сопоставлять лишь результаты работы собственной компании с хозяйствующими субъектами – аналогами.

Показатели операционной рентабельности могут быть как положительными, так и отрицательными. Во втором случае результат свидетельствует о том, что основная деятельность предприятия неэффективна, поскольку выручка не покрывает даже операционные расходы, соответственно, хозяйствующему субъекту следует искать пути повышения результативности текущей деятельности [3].

Для повышения операционной рентабельности можно рассмотреть следующие варианты:

- 1) увеличить выручку без пропорционального или прогрессивного роста операционных расходов;
- 2) снизить операционные расходы без снижения выручки;
- 3) увеличить выручку и снизить операционные расходы одновременно.

Для реализации данных вариантов можно рассмотреть следующие приемы:

- 1) снизить стоимость закупаемых материалов, для чего провести исследование рынка и выяснить, на каких условиях происходит реализация у других по-

ставщиков. Выбрать тех, кто предлагает более низкие цены при прочих приемлемых условиях, и обратиться к текущим поставщикам с просьбой пересмотреть прайс в сторону уменьшения или предложить какие-то иные условия, позволяющие сэкономить на закупке. В случае отказа – заключить договор с более привлекательными контрагентами [2];

2) сократить управленческие и коммерческие расходы. Для этого необходимо проводить постоянный мониторинг целесообразности расходов в связи с изменением бизнес-процессов;

3) уменьшить расходы и увеличить отдачу за счет автоматизации процессов. Например, использование CRM-системы в отделе продаж позволит сократить расходы времени на рутинные операции (например, отправку писем клиентам). Это позволит менеджерам больше внимания уделять поиску клиентов, непосредственному общению с заказчиками;

4) повысить средний чек за счет внедрения кросс-продаж;

5) переложить часть расходов на клиентов. Например, им можно предложить самовывоз при небольшом снижении цены;

б) в случае, если спрос на товар слабоэластичен, можно рассмотреть возможность увеличения цены.

### **Список использованных источников**

1. Власова, В.М., Иванова Н.А. Методологические вопросы анализа рентабельности (на примере рентабельности продаж) // Актуальные проблемы экономики и управления. – 2016. – № 4 (12). – С. 14-20.

2. Кузьмин, Д. Как посчитать рентабельность продаж. <https://kontur.ru/articles/131>.

3. Нестерова, С.И. Алгоритм анализа финансовых результатов деятельности организации // Вестник Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых. Серия: Экономические науки. – 2020. – № 3 (25). – С. 96-107.

## **OPERATIONAL PROFITABILITY: ASSESSMENT, WAYS TO IMPROVE**

**N.A. Bondarenko**

*Samara University of Public Administration  
«International Market Institute»,  
Samara, Russia*

The article examines the essence of operational profitability, describes approaches to its definition for the purposes of taxation and financial analysis. Recommendations to improve the efficiency of operational activities are given.

**Keywords:** operational profitability, efficiency, profit on sales.



## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

В.В. Владыкина<sup>1</sup>

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья затрагивает тему происходящего в туристической сфере в период пандемии. Далее будут рассмотрены степень влияния пандемии коронавируса на развитие и доходность туризма. Для изучения и анализа представлены последствия длительной периодически продолжающейся череды локдаунов.

**Ключевые слова:** пандемия, COVID-19, туристический бизнес, проблемы, экономика.

Туристический бизнес является одной из главных отраслей, пострадавших от коронавируса. С началом пандемии важность социальной дистанции и использования средств индивидуальной защиты, как способы, помогающие обезопасить себя и окружающих, стали неотъемлемой частью жизни человека. Следствием из этого вытекает минимизация социальных контактов, как деловых, так и затрагивающих повседневную и развлекательную сферы жизни.

В условиях неблагоприятной эпидемиологической обстановки существование и дальнейшее развитие туристического бизнеса оказалось под большой угрозой. По оценкам экспертов, только в первые месяцы пандемии спрос по всем выездным направлениям сократился на 20-25 %, а после закрытия границ многими государствами – упал практически до нуля. Единственным возможным вариантом перемещений относительно стран и континентов стало возвращение людей в родные страны из-за массовых сокращений рабочих, порождающих трудовые миграции [1].

По данным Всемирной Туристической Организации (UNWTO) отметка потери денежной выручки с туристических путешествий превысила \$70 млрд, что более чем в 8 раз превосходит потери, понесенные в результате глобального финансового кризиса 2008-2009 гг. [2].

Туристический сектор связан почти со всеми сферами экономики и слоями общества, а кризис в этой сфере в первую очередь бьет по организациям с самыми низкими доходами. Множество компаний приостановило свою работу или вовсе закрылось из-за отсутствия потребительских спросов на данный вид услуг.

Однако, ситуацию, в которую попал туризм в 2020 году нельзя назвать исключительно проигрышной и убыточной. Ограничения на посещения зарубежных курортов во многом способствовали развитию местных туристических альтернативных вариантов. Закрытие границ непосредственно в России сделало

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

внутренний туризм основным в стране. Начиная со второй половины прошлого года, наблюдается устойчивая положительная динамика на посещение российских курортов. Одними из популярных направлений считают Калининград, Алтай, Карелию, Бурятию, Краснодарский край, Крым и Кавказ [3].

Условия пандемии также способствовали формированию новых трендов и направлений в сфере туризма. Так огромный спрос среди отдыхающих получили места, неразрывно связанные с дикой природой: кемпинги, лагеря, путешествия в доме на колесах, эко-френдли отели. В тренде оказались вылазки палаточные выезды в районы природного наследия.

Большая часть туристов, которая все же отправляется в поездки, ставит в приоритет свое здоровье и заботу о нем. Пристальное внимание уделяется дезинфекции, организации соблюдения социальной дистанции, предусмотрительность в отношении средств индивидуальной защиты, тестирование персонала на наличие вируса COVID-19 [4].

На сегодняшний день можно говорить об огромном ущербе, нанесенном туристическому сектору пандемией коронавируса, ставшей для него серьезнейшим вызовом за все время его существования. Локдаун вынудил организации, так или иначе задействованные в сфере туризма, в экстенсивном режиме подстраиваться под новые невыездные условия, уделяя приоритетную роль практике социальной дистанции. Результатом нововведений, пришедших с коронавирусной инфекцией, стал ряд разнообразных событий, начиная сокращениями и закрытиями организаций и компаний, закончив развитием отечественного туризма и массовым освоением различных цифровых площадок. Во многом доходность, сильно упавшая в период локдауна, компенсируется за счет принятых нововведений, позволяющих организовывать комфортные и безопасные условия в новых реалиях [5, 6]. Нельзя на сто процентов утверждать о полном восстановлении докризисного уровня экономики и доходов туристической сферы, но можно говорить о скорой политике минимизации последствий пандемии и помощи всем отраслям бизнеса со стороны государства.

#### **Список использованных источников**

1. Ключевская, Н. Туризм 2020 и COVID-19: туристическая отрасль в условиях пандемии и после нее. 2021. (дата обращения 19.11.21).
2. Каткова, Е. Как коронавирус меняет мировую туристическую индустрию. 2021. (дата обращения 21.11.21).
3. Разинков, А. Коронавирус сформировал новые тренды в туризме. 2021. (дата обращения 21.11.21).
4. Карпова, Г.А., Валеева Е.О. Проблемы и перспективы развития туризма в условиях пандемии. 2021. (дата обращения 21.11.21).
5. Леонов, С.А. Особенности делегирования полномочий в бизнесе // Дневник науки. 2021. №5 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/5/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.06.2021).
6. Леонов, С.А. Бизнес-образование предпринимателя как дополнительный фактор обеспечения конкурентоспособности // Дневник науки. 2021. №5

[Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/5/pedagogics/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.06.2021).

## **PROBLEMS OF TRAVEL BUSINESS DEVELOPMENT IN THE COVID-19 PANDEMIC**

**V.V. Vladykina**

*FSBEI HE «St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article touches upon the topic of what is happening in the tourism sector during a pandemic. Next, we will look at the impact of the coronavirus pandemic on tourism development and profitability. The consequences of a long periodically continuing series of lockdowns are presented for study and analysis.

**Key words:** pandemic, COVID-19, tourism business, problems, economy.

**УДК 331.5**

## **О ЗАДАЧАХ В СФЕРЕ ПОВЫШЕНИЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**Е.А. Власенкова**

*Филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет»  
в г. Домодедово,  
Россия, г. Домодедово*

Статья посвящена исследованию современных подходов к обеспечению занятости населения на уровне государства и региона, исследована ситуация на рынке труда и риски ее негативного изменения, а также определены направления повышения эффективности программ занятости

**Ключевые слова:** занятость населения, безработица, показатели эффективности трудовых ресурсов, программы содействия занятости.

Современный этап развития экономики характеризуется тем, что на ее состояние продолжает влиять пандемия, а именно необходимость борьбы с ней и ее последствиями, при этом без четкого понимания будущей ситуации. Это оказывает влияние как на показатели роста экономики, так и на ситуацию с трудовыми ресурсами, с занятостью и безработицей и показателями, характеризующими эффективность использования рабочей силы.

Показатели динамики ВВП, производительности труда, оплаты труда, занятости и безработицы населения Российской Федерации (по данным выборочных обследований Росстата) приведены в таблице.

Таблица 1 – Показатели эффективности трудовых ресурсов и рынка труда Российской Федерации (по данным Росстата) [1]

Показатели	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
ВВП, млрд. руб.	91 843,2	103 861,7	109 241,5	106 967,5
Индекс ВВП	107,3	113,1	105,2	97,9
Индекс производительности труда	102,1	103,1	102,6	99,6
Среднемесячная оплата труда, руб.	34574	37889	39921	42366
Индекс оплаты труда	106,0	108,6	105,4	106,1
Уровень занятости, %	65,5	65,6	64,9	63,7
Уровень безработицы, %	5,2	4,8	4,6	5,8

Данные таблицы свидетельствуют о несоответствии динамики роста ВВП и производительности труда и индекса его оплаты, что не может характеризоваться положительно. Также можно сделать вывод об относительно стабильных показателях занятости и безработицы, чему способствует ряд мер, принимаемых на государственном уровне.

В целях создания условий для эффективного развития рынка труда принята и действует Государственная программа Российской Федерации «Содействие занятости населения», реализуемая с 2013 по 2024 год, нацеленная на создание условий для эффективного развития рынка труда. При этом для достижения поставленной программой цели определены задачи по обеспечению защиты трудовых прав граждан и их защиты от безработицы, по повышению эффективности использования трудовых ресурсов, внедрению культуры безопасного труда, а также ожидаемые результаты реализации программы, в том числе сокращение разрыва между общей и регистрируемой безработицей на 6 п.п. (с 24 % до 30 %); снижение к 2024 году доли работников, занятых на работах с вредными или опасными условиями труда, на 1,1 п.п. (с 39 % до 37,9 % общей численности работников); создание условий для формирования эффективного рынка труда и поддержание социальной стабильности в обществе [2].

Также реализуется национальный проект «Производительность труда и поддержка занятости», в который входит федеральный проект «Поддержка занятости и повышение эффективности рынка труда для обеспечения роста производительности труда». В рамках данного проекта предусмотрены соответствующие меры в части занятости населения, которые должны способствовать достижению целей национального проекта.

Кроме того, в 2020 году принят Общенациональный план действий, подготовленный в целях оперативного противодействия распространению коронавирусной инфекции, направленный в том числе на снижение безработицы и восстановление занятости и предусматривающий в том числе меры, направленные на закрепление новых форм занятости и развитие рынка труда, включая внедрение единой цифровой платформы по образованию, повышению квалификации, поддержке занятости для повышения производительности труда и гибкости рынка труда, что должно быть реализовано в формате интегрированного взаимодействия с учреждениями образования, центрами занятости и работодателями [2].

Одновременно в субъектах Российской Федерации реализуются собственные программы повышения производительности труда и поддержки занятости, предусматривающие как перманентные общие меры в данной сфере, так и «антиковидные» меры.

Так, в Тульской области действует региональная программа «Содействие занятости населения Тульской области», целью которой является создание условий, способствующих эффективному функционированию и развитию рынка труда Тульской области [2]. К ключевым задачам программы для Тульской области отнесены следующие:

- содействие развитию рынка труда в соответствии с потребностями экономики региона;
- уменьшение факторов профессиональных рисков, производственного травматизма и профессиональной заболеваемости работников;
- создание условий для интеграции в трудовую деятельность инвалидов;
- эффективное использование трудовых ресурсов на отдельных предприятиях региона.

Ожидаемыми результатами реализации программы должны стать:

- обеспечение стабильности регионального рынка труда и не превышение уровня безработицы над показателем 3,5 %;
- стабилизация регистрируемой безработицы не выше 0,6 %;
- стабилизация показателя напряженности на рынке труда не выше 0,3 человека на 1 вакансию;
- сокращение численности пострадавших от несчастных случаев на производстве и численности лиц с профессиональными заболеваниями;
- увеличение количества рабочих мест, на которых проведена специальная оценка условий труда, до 98,0 % от их общего количества, а также улучшение условий труда по результатам их специальной оценки;
- снижение численности работников, занятых во вредных или опасных условиях труда, и удельного веса до 14,1 % в общей численности работников.
- увеличение доли работающих инвалидов трудоспособного возраста в общей численности инвалидов трудоспособного возраста до 40,0 %;
- достижение доли высококвалифицированных работников в общей численности квалифицированных работников уровня 32,4 %.
- снижение доли населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума региона, до 8,75 % [2].

Цель, задачи и ожидаемые результаты региональной программы пересекаются с федеральной программой, но уточняются для региона в связи с особенности его рынка труда и его текущего состояния.

При этом важно обратить внимание на показатели, характеризующие ситуацию на рынке труда Тульской области (по данным [3] на август 2021 года), отражающий в целом картину среднероссийских показателей состояния рынка труда за соответствующий период.

Индекс активности работодателей области, показывающий активность работодателей в поиске сотрудников с помощью публикаций вакансий, составил 130,60 (по сравнению со среднероссийским значением, равным 100,0), что говорит о более высоком количестве вакансий на человека, чем в среднем по стране. В то же время индекс активности населения, характеризующий активность соис-

кателей в поиске работы с помощью публикаций резюме, составил 93,92 (при среднероссийском значении, принятом за 100,0). Это показывает более низкое по сравнению со среднероссийским количество резюме на одного человека [3].

При сопоставлении данных показателей можно отметить, что рынок труда Тульской области благоприятен для поиска работы, но при этом ситуация с поиском сотрудников более сложная. То есть наблюдается рынок продавца. Медианная заработная плата в вакансиях в Тульской области составляет 25 тыс. руб., что соответствует среднероссийскому уровню. Средняя заработная плата в вакансиях также соответствует среднему по Российской Федерации значению (соответственно 25 804 руб. и 25 805 руб.). При этом в Тульской области средние ожидания соискателей по оплате труда составляют 30 520 руб., что ниже среднероссийского показателя более чем на 1 200 руб. [3].

Анализируя ситуацию на рынке труда Тульской области по данным выборочных наблюдений Росстата, можно отметить, что в 2020 году ситуация с введением ограничительных мероприятий по борьбе с пандемией оказала на него негативное влияние, что имеет объективные основания. Так, если в 2019 году при численности рабочей силы 793,2 тыс. человек из них 3,8 % классифицировались как безработные, то в октябре 2020 года при численности рабочей силы 788,3 тыс. человек на безработных приходилось уже 5,1 % от общей численности трудовых ресурсов. В январе 2021 года численность рабочей силы составила 791,6 тыс. человек, из которых 4,1 % составляли безработные, в сентябре 2021 года при численности рабочей силы 795,3 тыс. человек на безработных приходилось 3,5 % от общей численности рабочей силы [1]. То есть уже в 2021 году показатели начали принимать более оптимальное значение, что позволяет говорить о текущей нормализации ситуации после некоторой нестабильности состояния рынка.

Соотношение показателей занятости и безработицы в Тульской области с показателями по России (в среднем в ноябре 2020 года - январе 2021 года) приведены на рисунке.

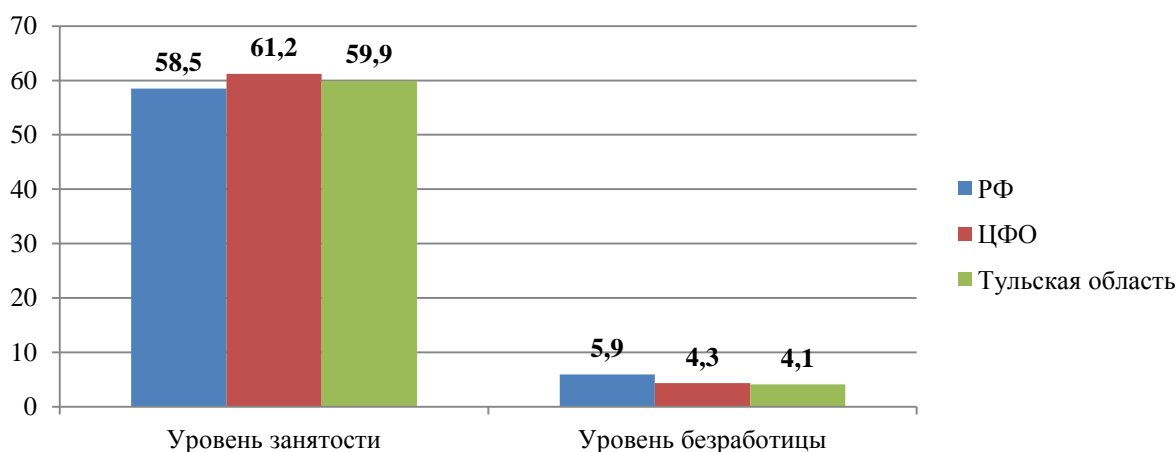


Рисунок 1 – Соотношение показателей занятости и безработицы в Тульской области с показателями по России и ЦФО, % [1]

Основные риски негативных изменений на рынке труда Тульской области включают в том числе: увеличение скрытой безработицы; сокращение штата ор-

ганизаций и предприятий; усиление нестабильности на рынке труда в связи с ограничениями, связанными с пандемией, ограничение количества вакансий, заявленных в службу занятости, включая недостаток рабочих мест в сельской местности, дисбаланс спроса и предложения на рынке труда.

Традиционно к наиболее уязвимым категориям граждан на рынке труда относятся: молодежь (от 16 до 29 лет), впервые ищущие работу, не имеющие квалификации или длительно неработающие (более года), а также выпускники образовательных организаций.

Принятие в отношении этих категорий дополнительных мер в целях увеличения и поддержки занятости позволит создать условия для восстановления занятости на региональном рынке труда.

Важно отметить, что в основном все меры поддержки экономической деятельности предусматривают своей целью сохранение существующих рабочих мест в экономике, в том числе и указанные субсидии. К таким мерам можно отнести в частности предоставление субсидий работодателям на возмещение затрат по выплате заработной платы работникам, трудоустроенным из числа безработных. При этом некоторые субъекты предусмотрели еще и непосредственные меры по поддержке безработных граждан, потерявших работу во время пандемии, и по их ускоренному трудоустройству, и в целом на обеспечение занятости.

В общем регионы реализуют схожие программы поддержки занятости, но при этом они отличаются уровнем системности мероприятий и активности регионов в их реализации.

При разработке мер поддержки занятости необходимо обеспечивать доступность достижения заданных критериев для получения соответствующей поддержки теми субъектами, на которых она была нацелена, упрощение их получения, а также активизацию информационной поддержки реализуемых мер, в том числе в целях ознакомления других регионов с существующими решениями по реализации мер поддержки занятости и внедрения лучших практик.

При этом необходим постоянный мониторинг ситуации в регионе в части динамики в первую очередь показателей занятости и безработицы, а также других показателей, более углубленно и детально характеризующих состояние рынка труда, чтобы оперативно реагировать на их изменение.

Реализация мероприятий, направленных на восстановление численности занятого населения Тульской области, как и других регионов Российской Федерации, позволит стабилизировать уровень занятости и безработицы и будет позитивно отражаться на программных показателях.

### **Список использованных источников**

1. Официальный сайт Федеральной службы статистики // Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>
2. Справочно-правовая система «Гарант» // Режим доступа: <https://www.garant.ru/>
3. Рынок труда в России онлайн. Рынок труда Тульской области // Режим доступа: <https://rutrud.com/region/tula/tula-21-08/>

## ABOUT THE TASKS IN THE FIELD OF INCREASING EMPLOYMENT IN MODERN CONDITIONS

**E.A. Vlasenkova**

Branch of the Russian State University for the Humanities in Domodedovo,  
Russia, Domodedovo

The article is devoted to the study of modern approaches to ensuring employment of the population at the state and regional levels, the situation on the labor market and the risks of its negative change are investigated, and the directions of improving the effectiveness of employment programs are determined

**Keywords:** employment, unemployment, labor resource efficiency indicators, employment promotion programs.

УДК 658.562

## ПРОБЛЕМА МОШЕННИЧЕСТВА И КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ПРИ ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

**Е.А. Власова<sup>1</sup>**

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

В статье рассматриваются признаки преступлений, совершенных с использованием социальных сетей. Обобщены сведения о состоянии мошеннических действий данной категории, а также дана оценка их тенденций.

**Ключевые слова:** социальные сети, интернет, медиа безопасность, торговля, интернет - магазины, компьютерная преступность.

Общественные отношения стремительно развиваются, а вместе с ними и наша зависимость от информационно-телекоммуникационных технологий. Мошенники на постоянной основе используют мобильные и компьютерные устройства, придумывая новые методики для дистанционного завладения имуществом людей.

В последнее время социальные сети стали важной частью жизни большинства людей по всему миру. Образовался так называемый виртуальный мир, в котором люди не только общаются, слушают музыку и читают новости, но и строят бизнес, продают различные вещи. Если раньше предпочтительными были офлайн магазины, то сейчас ситуация резко изменилась. Люди все чаще приоб-

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.



ретают товары и услуги на просторах Интернета. Поскольку содержание социальных сетей зачастую оказывается практически бесконтрольным, возникает возможность совершения преступлений.

В основе мошенничества в соцсетях лежит злоупотребление телекоммуникационными продуктами или услугами, с целью незаконного получения денег. Основная цель преступников состоит в том, чтобы получить доступ к счетам клиентов или перевозчиков, где долги могут возникать в пользу преступника. Совершение мошеннических действий с использованием информационно-телекоммуникационных технологий в РФ считается одной из угроз национальной безопасности. В связи с этим, в ноябре 2019 года МВД России объявило о создании подразделений по борьбе с преступностью в сфере высоких технологий [2].

На ежегодном расширенном заседании коллегии МВД России министр внутренних дел Владимир Колокольцев сообщил, что ведомство последовательно наращивает усилия в борьбе с IT-преступностью, он также сказал, что доля преступлений, совершенных с помощью IT-технологий, составила 15 %, в том числе рост криминальных действий данного вида оказал значительное влияние на динамику и структуру преступности в целом. Поэтому в последнее время отводится повышенное внимание выявлению, раскрытию и расследованию преступлений, совершаемых с использованием информационно телекоммуникационных технологий [2].

Цифровая среда привела к значительному росту разного вида преступлений, способствующих совершению различных правонарушений. Сегодня современные телекоммуникационные технологии полностью проникли во все сферы деятельности людей [1].

Согласно статистике, МВД в России за 2019 год совершено 16119 преступлений, связанных с мошенничеством в интернете, а в 2020 году количество зарегистрированных преступлений вдвое больше [2]. Однако, такой способ и вид противоправных действий может совершаться и при покупке товаров и услуг потребителями с помощью социальных сетей в интернет магазинах. Жертвами таких преступлений ежегодно становятся миллионы людей и организаций, а также органы власти [3]. Если такие факты мошенничества, совершаемые в сфере потребительского рынка в интернет-пространстве оставлять без должного внимания, и вовремя не реагировать на них, то это может привести к резкому увеличению преступных действий.

Злоупотребления со стороны подготовленных и хорошо обученных преступных элементов поражают, своей корыстью, тем самым втягивая экономическую сферу в преступную среду, а также посягают на различные объекты и экономическую безопасность нашей страны. Необходимо отметить, что потребители, пользуясь услугами «интернет-магазинов», увлекаются разнообразием классификации товаров и услуг, при этом не обращая внимание на качество товаров. Тем самым, совершаемые преступления, по мнению автора необходимо относить и, считать, как совершаемые на потребительском рынке с использованием цифровых технологий, в том числе телекоммуникационных связей в «интернет пространстве». Кроме того, все посягательства, так или иначе, сводятся к деятельности предпринимателей малого и среднего бизнеса, в том числе элементов незаконного осуществления деятельности в экономической сфере с использова-

нием цифровых технологий, такой мотив понятен, и цель таких бизнесменов всем понятна, они путем наживы желают пополнить свои бюджеты и обогатиться за счет других граждан, при этом не обращая внимания на законодательные запреты, осознавая последствия своих незаконных действий и совершают проступки преступного характера [4, 5].

Таким образом, учитывая динамику развития преступлений данной категории, я прогнозирую их дальнейший рост, в связи с внедрением в преступные схемы новых методов социальной инженерии и применением новейших IT-технологий. Жертвами преступлений, совершаемых с использованием цифровых технологий, ежегодно становятся миллионы людей и организаций, а также органы власти. Следует производить повышенное внимание выявлению, а также расследованию преступлений, совершаемых в интернете.

### Список использованных источников

1. Богданова, Т.Н. К вопросу об определении понятия «преступления в сфере компьютерной информации» / Т.Н. Богданова // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Право. – 2012. – № 37. – С. 64–67.

2. Официальные статистические данные ГИАЦ МВД России.

3. Русскевич, Е.А. Проблемы систематизации современного уголовного законодательства об ответственности за преступления, совершаемые с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) / Е.А. Русскевич // Уголовная политика и правоприменительная практика: сб. ст. по материалам VI Междунар. науч.-практ. конф. – Санкт-Петербург, 2019. – С. 351–358.

4. Леонов, С.А. Особенности реализации товаров субъектами предпринимательской деятельности на маркетплейсах // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov3.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).

5. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).

## THE PROBLEM OF FRAUD AND QUALITY CONTROL IN DISTANCE SELLING IN SOCIAL NETWORKS

**E.A. Vlasova**

*FSBEI HE «St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

The article deals with the characteristics of crimes committed with the use of social networks. Information about the state of fraudulent actions of this category is summarized, and also the assessment of their trends is given.

**Keywords:** social networks, Internet, media security, trade, Internet stores, computer crime.

## УЧЕТ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

В.С. Горяйнова

*ФГБОУ ВО «Ставропольский ГАУ»,  
г. Ставрополь, Россия*

В настоящей статье будет затронута тема учета собственного капитала организации. В качестве основной структуры были выбраны уставный, добавочный, резервный капитал и нераспределенная прибыль.

**Ключевые слова:** собственный капитал, уставный капитал, резервный капитал, добавочный капитал, нераспределенная прибыль.

Предприятию, осуществляющему как коммерческую, так и производственную деятельность, необходимо владеть определенным капиталом. Он заключается в совокупности денежных средств, материальных ценностей, финансовых вложений, необходимых для функционирования организации. Капитал складывается из собственных и заемных средств, где собственные средства – это главный источник финансирования.

Собственный капитал является стоимостью имущества организации, которое принадлежит ему на правах собственности и используется для формирования различных активов. Он включает в себя уставный, добавочный, резервный капитал и нераспределенную прибыль (непокрытый убыток) [2]. При определении финансового положения организации капитал определяется как разница между ее активами и обязательствами. Уставный капитал и чистая прибыль – основные источники формирования собственного капитала. Рост собственного капитала происходит за счет успешной финансово-хозяйственной деятельности, а также за счет чистой прибыли прошлых лет.

Собственные средства включают в себя инвестированный капитал, то есть то, что собственники вложили в организацию, и накопленный, который создается дополнительно к инвестированному. Инвестированный капитал формируется за счет простых и выгодных организации акций, где в него могут входить безвозмездно полученные средства, а накопленный капитал формируется в процессе распределения чистой прибыли.

При отсутствии у организации кредиторской задолженности стоимость активов признается равной величине уставного капитала. А если обязательства присутствуют, то собственный капитал приравнивается к сумме активов за вычетом суммы обязательств. Вследствие этого, его размер именуется чистыми активами.

Капитал организации следует через три стадии. Первая – вклад капитала в оборотные и внеоборотные активы в денежной форме, вследствие чего происходит преобразование в прибыльный вид. На следующей стадии в процессе производства капитал преобразовывается в товарную форму, включая услуги. И на последней стадии произведенные товары и услуги по мере их реализации преобразуются в денежный капитал. Средняя продолжительность цикла по капиталу предполагает его период в днях, месяцах, годах.

Одним из главных источников формирования активов организации является уставный капитал. Он представляет собой ту сумму вкладов, которые учредители вносят при создании организации. Ее указывают в уставе или учредительных документах. Размер уставного капитала определяет объем средств, которые организация реализует для начала своей деятельности, и определяет минимальный размер имущества.

Уставный капитал выполняет ряд таких функций, как:

- имущественная, являющаяся первоначальной основой формирования имущества организации;
- распределительная, т.е. в каком размере учредитель внес свой вклад;
- гарантийная, где организация несет ответственность перед кредиторами в пределах того имущества, которое ему принадлежит и не предполагает собой размер меньше уставного капитала.

Никакая деятельность не застрахована от убытков. Может возникнуть такая ситуация, что организации не удастся получить денежные средства никаким доступным способом, тогда для этого организация создает фонд «резерв», то есть резервный капитал. Он может создаваться как в обязательном порядке, в частности для акционерных обществ, так и в добровольном. Данный фонд используют для покрытия убытков, погашения облигаций, выплаты доходов вкладчикам. Главной его функцией является покрытие тех или иных убытков организации. Может использоваться лишь на те цели, которые закреплены в законодательстве.

Следующее звено – добавочный капитал. Это скомплектованные фонды, не касающиеся основного капитала, показывающие совокупную собственность всех участников. Главным признаком отличия является то, что сформированные средства не выполняют своих обязательств перед партнерами. Данный капитал также не рекомендуется использовать для тех целей, которые не закреплены в законодательстве.

Добавочный капитал складывается из:

- эмиссионного дохода, то есть разности между ценой продажи и номинальной стоимостью ценной бумаги;
- прироста стоимости имущества при переоценке;
- курсовых разниц, образовавшихся при внесении учредителями вкладов в уставный капитал.

Средства добавочного капитала могут быть потрачены на следующие нужды:

- Покрытие отрицательной разницы между ценой основных средств и нематериальных активов. Если в результате оценки была обнаружена отрицательная разница между фактической и рыночной стоимостью, то она может быть подлежать погашению за счет капитала.

- Средства могут направляться на умножение уставного капитала. Точной суммы, разрешенной для взятия из добавочного капитала, в законе не прописано. Предполагается, что таких целей может использоваться вся сумма капитала.

- Применение в порядке распределения добавочных ресурсов между учредителями.

- Покрытие убытков за предыдущие периоды.

Следующее звено – нераспределенная прибыль, представляющая собой чистую прибыль организации, нераспределенную между акционерами, а направленную в резервы и на другие нужды для развития организации, то есть это

средства, полученные в результате осуществления хозяйственной деятельности организации и имеющиеся в ее распоряжении после уплаты всех обязательных платежей.

Нераспределенная прибыль рассчитывается, кроме того, как за конкретный период, еще и за общий срок существования организации, что и является ее главным отличием от чистой прибыли. Тогда как чистая прибыль определяется лишь за отчетный период, вследствие чего, по итогам года может быть такое, что эти показатели будут идентичны [3].

Она направляется на выплаты дивидендов акционерам, компенсацию убытков, накопление средств резервного фонда, а также другие цели, утвержденные руководителем.

На показатели нераспределенной прибыли влияет изменение чистой прибыли, пересмотр налоговых ставок, сумма дивидендов, выплаченных собственникам организации.

Информация о звеньях капитала на начало и конец отчетного периода фиксируется в разделе III «Капитал и резервы» бухгалтерского баланса, где доводится информация о величине собственного капитала организации на начало и конец отчетного периода по таким звеньям, как уставный капитал, добавочный капитал, резервный капитал и нераспределенная прибыль [1].

Таким образом, собственный капитал организации включает в себя уставный, добавочный, резервный капитал и нераспределенную прибыль. Главное звено собственного капитала – уставный капитал. Он формируется за счет вкладов учредителей при создании организации для начала осуществления деятельности. Резервный капитал используется для покрытия тех или иных убытков организации. Добавочный капитал показывает общую собственность всех участников.

#### **Список использованных источников**

1. Кузнецова, О.Н., Ковалева Н.Н. Формирование отчетных показателей о собственном капитале предприятия \ О.Н. Кузнецова, Н.Н. Ковалева // Бюллетень науки и практики. – 2019. – №6 (7).
2. Савиных, О.И. Виды собственного капитала предприятия различных организационно-правовых форм / О.И. Савиных // Территория науки. – 2018. – №6.
3. Сапунова, М.А. Анализ финансовых результатов деятельности организаций Ставропольского края / Сапунова М.А. // Экономика отраслей агропромышленного комплекса: Сборник научных трудов. - Астрахань. – 2018. – № 42.

## **ACCOUNTING OF THE EQUITY CAPITAL OF THE ORGANIZATION**

**V.S. Goryainova**

*Stavropol SAU,  
Stavropol, Russia*

In this article, the topic of accounting for the organization's own capital will be touched upon. The authorized, additional, reserve capital and retained earnings were chosen as the main structure.

**Keywords:** equity, authorized capital, reserve capital, additional capital, retained earnings.

## ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ПРОМЫШЛЕННЫЙ СЕКТОР

Д.В. Григорьев, О.Н. Пушкарев

*ФГБОУ ВО «Казанский Государственный Энергетический Университет»,  
г. Казань, Россия*

На сегодняшний день возникает необходимость в цифровизации промышленных предприятий, так как проблема обработки огромных массивов данных, возникающая на крупных производствах, может быть решена только за счет использования машин. В данной статье рассматриваются влияние цифровизации на промышленную отрасль. Описывается положительное и негативное воздействие «цифровой глобализации» на отечественную промышленность.

**Ключевые слова:** цифровая инфраструктура, информационные технологии, конкурентоспособность, эффективность.

В настоящее время развитие информационно-коммуникационных технологий, каналов связи, облачных технологий и цифровых платформ помогает открыть новые информационные системы и глобальные промышленные сети. С такими системами и сетями промышленная автоматизация, основанная на интеллектуальных системах, переходит к новому четвертому этапу индустриализации в цифровой экосистеме – Индустрии 4.0. Анализируя характеристики всех четырех промышленных революций, мы можем выделить характерную тенденцию: постоянное повышение значимости систем автоматизации и управления. Эта особенность во многом объясняет тенденцию нынешней четвертой революции.

Цифровизация затрагивает большинство крупных производственных компаний. Однако пандемия вынудила предприятия пересмотреть свой подход к внедрению технологий, продемонстрировав необходимость ускорения этого процесса.

Цифровую трансформацию компании можно рассматривать с двух сторон. С одной стороны – это трансформация модели взаимодействия с клиентом, переход от традиционных продаж к «умной» модели продукта, дополненной цифровым сервисом для клиента. С другой – это операционная оцифровка, внедрение цифровых инструментов для повышения эффективности бизнеса в существующую бизнес-модель. Этот процесс сильно влияет на развитие отдельных секторов экономики, поскольку позволяет повысить производительность труда, качество выполняемой работы и предоставления услуг, и, в соответствии с мировыми тенденциями, обеспечить экономический рост всей страны в целом [1].

Согласно глобальному опросу 2018 года, проведенному КПМГ, 95 % руководителей промышленных компаний воспринимают цифровую трансформацию как возможность повысить производительность своего бизнеса. Несмотря на эти прогнозы, более половины российских промышленных предприятий тратят на цифровизацию менее 1 % своего бюджета. Это связано с наличием определенных препятствий, возникающих при внедрении технологических инноваций. Основным препятствием на пути оцифровки отрасли является высокая стоимость проектов цифровой трансформации. Остальные насущные проблемы –

низкий начальный уровень автоматизации, и недоверие персонала к изменениям. Следует помнить, что цифровая трансформация предприятий – это не замена всех сотрудников роботами, а скорее укрепление менеджеров и работников с помощью новых технологий. В то же время промышленные лидеры считают, что цифровизация создаст дополнительные рабочие места, а не сократит их. Работая над этими проблемами, государство может поддержать предприятия и ускорить внедрение цифровых технологий, поскольку они связаны с 60 % потенциала повышения производительности предприятий [1].

Среди наиболее важных направлений цифровизации промышленности в условиях глобализации – машинное обучение, внедрение искусственного интеллекта и робототехники. Использование этих инструментов в операционную деятельность позволяет компании быстро собирать информацию о физических показателях и переводить ее для дальнейшей обработки, обмениваться данными в электронном виде. Кроме того, их можно использовать для дистанционного управления физическими параметрами производственного процесса и оборудования на основе решений, принятых с учетом результатов глубокой аналитики.

Метод проведения подземных горных работ без участия людей в добывающей промышленности – давняя мечта специалистов, поскольку подземная добыча связана с высоким уровнем рисков. Однако из-за невозможности использования глобальной системы позиционирования или других навигационных систем автоматизация и робототехника в шахтах затруднены. Тем не менее, достигнут значительный прогресс в использовании автоматизированных систем управления при добыче полезных ископаемых. Сегодня в мировой практике процессы веерного бурения, погрузочно-доставочные работы автоматизированы и контролируются дистанционно. Даже экспериментальный характер использования методов искусственного интеллекта в горнодобывающей промышленности позволяет значительно снизить затраты.

Несмотря на положительные характеристики цифровизации, компании также сталкиваются с некоторыми рисками и проблемами, возникающими в связи с внедрением цифровых технологий.

В первую очередь это сложность организации процесса, что особенно характерно для крупных компаний с большим количеством производственных процессов. Этим компаниям требуется много времени, чтобы внедрить технологические инновации в свою структуру и правильно их применить. Необходимо уметь эффективно использовать большие данные, обрабатывать полученную информацию и рационально использовать активы организации [2].

Во-вторых, существуют определенные риски при приобретении готовых технологических решений. Дело в том, что такие продукты не всегда учитывают реальную ситуацию в отрасли, где будет применяться этот продукт. В IT-индустрии иногда нет конкретной базы знаний, много информации об особенностях отрасли для создания наиболее эффективного технологического продукта. Кроме того, иностранные компании могут не понимать всех тонкостей отрасли в конкретной стране. Поэтому крупные компании стараются взаимодействовать с разработчиками программного обеспечения, предоставляя самые последние необходимые данные, основываясь на их опыте и бизнес-процессах компании.

В-третьих, устоявшиеся компании, которые давно ведут успешный бизнес в своей отрасли, сталкиваются с угрозами со стороны новых конкурентов. Чтобы избежать неприятности, промышленные предприятия могут использовать циф-

ровые технологии для преобразования и расширения своих собственных бизнес-моделей.

Для снижения рисков и обеспечения развития российской промышленности в соответствии с современными мировыми тенденциями нужно выстроить эффективную систему управления модернизацией национальной экономики и ориентироваться на востребованные инновации. Промышленные компании, в свою очередь, должны придерживаться определенных правил в своей работе, быть открытыми к получению новых теоретических, практических знаний и опыта. Это важное условие при инвестировании средств в информационные технологии.

#### **Список использованных источников**

1. Цифровизация промышленности как инструмент повышения эффективности производства. Лучшие практики и новые решения [Электронный ресурс]. <https://www.kommersant.ru/doc/3744965>

2. Долгушин, А.М. Модернизация промышленности – основа модернизации экономики России // Экономические исследования. – 2017. – №1.

### **IMPACT OF DIGITALIZATION ON AN INDUSTRIAL SECTOR**

**D.V. Grigoriev, O.N. Pushkarev**

*Kazan State Power Engineering University,  
Kazan, Russia*

Today, there is a need for the digitalization of industrial enterprises, as the problem of processing huge amounts of data arising in large production facilities can only be solved by using machines. This article discusses the impact of digitalization on the industrial sector. The positive and negative effects of «digital globalization» on domestic industry are described.

**Key words:** digital infrastructure, information technology, competitiveness, efficiency.

**УДК 330.3; 338**

### **КОРПОРАТИВНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**А.В. Гуреев**

*Саморегулируемая организация аудиторов Ассоциация «Содружество»,  
г. Москва, Россия*

Корпоративный сектор экономики России является определяющим по степени влияния на её текущее и перспективное состояние. Одной из важных со-



ставляющих происходящих изменений в экономике страны является деофшоризация: место налоговой регистрации, которая определяют функцию контроля в корпоративном управлении, как со стороны государства, так и собственников хозяйствующих субъектов.

**Ключевые слова:** деофшоризация, международная компания, контроль, стратегия, национальная безопасность.

В 2021 г. была сформирована обновлённая стратегия национальной безопасности Российской Федерации. В ней нашли своё отображение процессы, касающиеся рецессионного состояния мировой экономики: усиливающаяся рыночная волатильность, неустойчивость международной финансовой системы, увеличение разрыва между реальной и виртуальной экономиками. В этой связи для достижения целей обеспечения экономической безопасности России должна быть решена одна из задач – деофшоризация экономики, касающаяся средних и крупных хозяйствующих субъектов, групп компаний [1]. Напомним, что к средним предприятиям относятся субъекты со среднесписочной численностью от 100 до 250 человек и доходом до 2 млрд. рублей, у крупных субъектов показатели превышают указанные выше [2, 3].

Для оценки значимости и влияния корпоративного сектора на экономику России в целом и по отдельным отраслям нами были проанализированы открытые данные проверенных аудиторами консолидированных отчётностей 169 групп компаний, действующих в различных отраслях экономики России, в 2018-2020 гг. Объём хозяйственной деятельности оценивался по такому показателю консолидированного отчёта о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе каждой из групп, как выручка. На наш взгляд, такой показатель обладает значительной объективностью, так как по правилам составления консолидированной отчётности группы он не содержит внутригрупповых оборотов хозяйственных операций, что исключает двойной счёт в сравнении с анализом аналогичного показателя в отдельных бухгалтерских (финансовых) отчётностях компаний, входящих в группу.

Доля объёма хозяйственной деятельности указанных выше групп компаний в ВВП России в текущих ценах в 2018 г. составила 60 % от 103 862 млрд. руб., в 2019 г. – 59 % от 109 242 млрд. руб., в 2020 г. – 53 % от 106 967 тыс. руб. [8]. Распределение доли по отраслям представлено в таблице 1.

Отраслевой анализ свидетельствует о значительной величине нефтяной и нефтегазовой отрасли, что обусловлено наибольшей открытостью данных консолидированных отчётностей групп компаний. На протяжении продолжительного времени доля данной отрасли в ВВП страны составляет не более трети. Эта отрасль наряду с транспортной, чёрной металлургией, химической испытала в 2020г. снижение в своём развитии из-за пандемийных, санкционных ограничений и прочей рыночной волатильности на мировой арене.

Изменения законодательной и хозяйственной практики России последних лет ярко свидетельствует о планомерной реализации задачи по деофшоризации. Так, с законодательной точки зрения, появились и применяются инструменты, позволяющие сформировать переход групп компаний из зарубежных юрисдикций в российскую. Например, в налоговом законодательстве сформирована база учёта субъектов в виде международных компаний (см. ст.24.2 НК РФ) [4, 7].

Таблица 1 – Распределение объёма хозяйственной деятельности 169 групп компаний по отраслям экономики России в 2018-2020 гг.

Отрасль экономики	Выручка групп компаний в 2020г., млрд. руб.	Выручка групп компаний в 2019г., млрд. руб.	Выручка групп компаний в 2018г., млрд. руб.
<b>ВВП России в текущих ценах</b>	<b>106 967</b>	<b>109 242</b>	<b>103 862</b>
нефтяная и нефтегазовая	21 031	28 665	28 914
финансовая	7 904	7 768	6 822
транспорт и логистика	4 251	5 013	4 698
электроэнергетика	4 008	4 120	4 026
черная металлургия	3 542	3 800	3 969
розничная торговля - прод. и непрод. товары	2 990	2 695	2 516
телекоммуникации и связь	2 658	2 549	2 306
машиностроение	2 102	1 988	1 919
цветная металлургия	1 983	1 771	1 639
химическая	1 689	1 715	1 743
строительство и недвижимость	1 017	909	903
атомная	932	889	788
драгоценные металлы и алмазы	860	683	628
угольная	552	573	618
интернет-сервис	319	272	194
пищевая	232	190	147
агропромышленная	223	171	115
лизинг	145	160	99
прочие	134	116	121
<b>ИТОГО по отраслям</b>	<b>56 572</b>	<b>64 048</b>	<b>62 165</b>

Таблица 2 – Примеры групп компаний, изменивших свой юридический адрес и организационно-правовую форму\*

№ п/п	Наименование компании	Отрасль	Место регистрации	Дата регистрации
1	ЭН+ ГРУП МКПАО (прежде En+ Group Limited)	цветная металлургия и электроэнергетика	г. Калининград, Россия (прежде Британские Виргинские острова)	09.07.2019г.
2	МКПАО «ОК РУСАЛ» (прежде United Company RUSAL Plc)	цветная металлургия	г. Калининград, Россия (прежде остров Джерси, Нормандские острова)	26.09.2020г.
3	МКПАО «Лента» (прежде Lenta PLC)	розничная торговля	г. Калининград, Россия (прежде республика Кипр)	17.02.2021г.
4	МКАО «Совко Капитал Партнерс» (прежде Sovco Capital Partners S.à r.l.**)	финансовая (банковская, страхование)	г. Калининград, Россия (Герцогство Люксембург)	4-й кв. 2021г.-2022г.

\*Составлено автором по открытым данным консолидированных финансовых отчетностей, представленных на официальных Интернет-страницах компаний

\*\*Sovco Capital Partners S.à r.l. является холдинговой компанией, которой принадлежит 86,5 % ПАО «Совкомбанк» по состоянию на 30.06.2021 г.

Результатом подобного процесса является изменение юридического адреса международных компаний и соответствующая их перерегистрация из зарубежных, офшорных, юрисдикций в Российской Федерации (см. Табл. 2) в виде международных компаний (МК) с указанием её организационно-правовой формы и международных компаний публичных акционерных обществ (МКПАО). Таким образом, группы компаний становятся налоговыми резидентами России с местом нахождения в специальных административных районах на территории острова Октябрьский Калининградской области (г. Калининград) и острова Русский Приморского края (г. Владивосток) [5, 6].

Итак, из представленного выше анализа, базирующегося на открытых данных консолидированных отчётностей групп компаний видно, что корпоративный сектор оказывает значительное влияние на экономику России, имея существенную долю в её ВВП. Кризисные явления мировой экономики в виде пандемийных, санкционных ограничений, которые отразились на экономике России, привели к снижению объёмов деятельности групп компаний по отдельным отраслям. Процесс деофшоризации российской экономики, объективно проходящий на протяжении уже нескольких лет, является важной составляющей для достижения целей обеспечения экономической безопасности России.

#### **Список использованных источников**

1. Указ Президента РФ от 02.07.2021г. № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации». – режим доступа – [[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_389271/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_389271/)]
2. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007г. № 209-ФЗ. – режим доступа – [[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_52144/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/)]
3. Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 № 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства». – режим доступа – [[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_196415/#dst100005](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_196415/#dst100005)]
4. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ) – Часть первая. – режим доступа – [[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19671/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/)]
5. Федеральный закон «О международных компаниях и международных фондах» от 03.08.2018 № 290-ФЗ. – режим доступа – [[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_304052/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304052/)]
6. Федеральный закон «О специальных административных районах на территориях Калининградской области и Приморского края» от 03.08.2018 № 291-ФЗ. – режим доступа – [[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_304082/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304082/)]
7. Doing business in Russia – Ernst&Young . – 2021. – р. 101-104. – режим доступа – [[https://www.ey.com/ru\\_ru/attractiveness/ey-doing-business-in-russia](https://www.ey.com/ru_ru/attractiveness/ey-doing-business-in-russia)]
8. Данные о ВВП России в 2018-2020гг. – режим доступа – [<https://rosstat.gov.ru/accounts>]

## CORPORATE SECTOR OF THE ECONOMY OF RUSSIA IN CURRENT TERMS

A.V. Gureev

*Self-regulatory organization of auditors Association «Sodruzhestvo,  
Moscow, Russia*

Corporate sector of the economy of Russia has significant influence over its current and prospective conditions. Deoffshorization is one of important components of the economy changes. It includes tax residence which determines corporate governance control both for state and owners of entities.

**Keywords:** deoffshorization, international company, control, strategy, national security.

УДК 379.83

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Ф.Ф. Дадабаев<sup>1</sup>

*студент ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

В данной статье рассматриваются общие вопросы развития туризма, перспективы развития, влияние туризма на развитие государства. Особое внимание акцентируется на влиянии Covid-19 на развитие туризма.

**Ключевые слова:** туризм, развитие, инфраструктура, доходы населения, внутренний туризм, культура.

Туризм – это путешествие, совершаемое человеком в свободное от работы время. Основными целями туризма являются: улучшение состояния здоровья, изучение новых стран и культур, профессионально-деловые и спортивные поездки, религиозные и иные цели. Это один из основных видов активного отдыха, оптимальный способ отвлечься от повседневной рутины, увидеть что-то новое и интересное, набраться приятных эмоций и бесценного опыта. Туризм предоставляет возможность познакомиться с культурой других стран и регионов, духовно обогащает, оздоравливает физически, способствует развитию личностных качеств, а также позволяет совмещать отдых с познанием мира. Ключевой фигурой для развития туризма является различные туристские ресурсы, например, культурные и исторические, природные.

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

Важнейшим субъектом в туризме является человек. Он выступает в роли потребителя туристического продукта или услуг, для его качественного обслуживания существует и работает индустрия туризма.

Влияние туризма на экономику. Туризм – это не только путешествия и отдых, но и важная сфера экономики. Индустрия туризма оказывает влияние на предприятия различных отраслей, из продукции и услуг которых, туроператор создает для туристов. Индустрия туризма способствует притоку в страну иностранных средств. Она не только приносит доходы туристическим фирмам, но и создает дополнительные налоговые поступления. Также, туризм увеличивает спрос на продукты питания и различные услуги, способствуя, тем самым, развитию сопутствующих отраслей, таких как транспорт, гостиничный бизнес, торговля, общественное питание и т.п. Обслуживание туристов – это источник дохода для местного бизнеса.

Данный вид деятельности не нуждается в крупномасштабных стартовых инвестициях, ключевой особенностью является высокая рентабельность и относительно небольшой срок окупаемости капитальных вложений. Развитие туризма предоставляет возможность для роста новых рабочих мест и обеспечивает занятость населения.

Социально-культурное значение. Развитие туризма способствует совершенствованию системы социально-культурного обслуживания населения, увеличивает ресурсы для модернизации социальной инфраструктуры, а также повышает качество жизни.

Политическое значение. Туризм поднимает престиж страны, ее авторитет в мировом сообществе и среди местных граждан. Он укрепляет дипломатические связи, поддерживает отношения между регионами и государствами. Уровень развития туризма в некотором смысле является своеобразным индикатором состояния общества, его материального достатка и благополучия страны [1].

Помимо всех плюсов, у туризма есть и негативная сторона. Одной из негативных сторон является изменение местной культуры. Показательным примером может являться загорание без верхней одежды на пляже, или быть скудно одетым при посещении религиозных мест. Помимо влияния на местную культуру, негативной чертой также является неблагоприятное воздействие на окружающую среду, создание несанкционированных свалок, засорение природных ресурсов. Ключевой негативной стороной туризма для местных жителей является подорожание жизни в туристических местах, повышение стоимости жилой и коммерческой недвижимости, рост цен на товары и услуги.

Развитие туристической сферы имеет как положительные, так и негативные стороны. Однако, стоит отметить, что положительное влияние превосходит и уравнивает негативные аспекты. Развитие туризма ведет к улучшению качества жизни, совершенствованию инфраструктуры, развитию малого и среднего бизнеса. Развитие данной сферы очень важно для развивающихся государств, поскольку туристическая отрасль способствует притоку иностранных инвестиций. Приток иностранных инвестиций имеет большое значение для развивающихся государств, к которым относится и Россия.

Российская Федерация обладает богатым и значимым, в том числе на общемировом уровне, культурным и историческим наследием, способным в полной мере удовлетворить потребности иностранных туристов при посещении этой страны. Наиболее популярными местами среди иностранных гостей являются: Москва, Санкт-Петербург, Казань, Крым, Татарстан, Республика Карелия

и Калининградская область. Для развития внутреннего туризма необходимо развивать туристические кластеры с кафе, развлекательными и досуговыми центрами, а также необходимо, чтобы все эти объекты были по доступным ценам. Высокие перспективы развития имеют следующие направления в сфере туризма: гастрономические фестивали, бизнес-мероприятия, агро- и экотуризм, спортивный туризм, космический туризм, а также туризм на круизном лайнере. Требуется высокая степень развития онлайн-сервисов, автоматизации продаж, а также бесконтактного сервиса оплаты. У жителей крупных городов должно появиться желание поехать на выходные на личном транспорте. Важным аспектом является смена мест, частота путешествий, а также получение нового опыта. При продвижении туристических поездок необходимо акцентировать особое внимание на историческую ценность территории города, раскрывать природный потенциал, транспортную доступность и стоимость затрат [2].

Подводя итоги, можно сказать, что туристическая сфера имеет большое влияние на всевозможные сферы общества. Туристическая сфера способствует развитию инфраструктуры, повышению уровня жизни, развитию предпринимательства. Для современного государства очень важно развивать туристическую сферу, поскольку она является притоком иностранных инвестиций в страну. Особое значение это имеет для развивающихся стран. Средства, полученные за счет привлечения иностранных туристов, могут быть направлены на модернизацию инфраструктуры, создание социальных программ, а также на выделение высокооплачиваемых рабочих мест. Однако, не стоит забывать про внутренний туризм. Внутренний туризм также способствует развитию инфраструктуры, развитию малого бизнеса внутри страны. Важными аспектами развития внутреннего туризма являются его доступность и высокое качество. Поскольку, если туризм внутри страны будет недоступен или не будет достойного качества, то турист предпочтет внутреннему туризму выезд за границу. Развивать туризм необходимо, однако коронавирусная инфекция накладывает определенные ограничения. [4, 5, 6, 7, 8] Дополнительные меры предотвращения распространения коронавируса создают дополнительные затраты для туристических фирм, авиакомпаний, а также снижает туристический поток. Снижение объема туристов ведет к дополнительным издержкам, которые в совокупности с затратами на предотвращение распространения COVID-19, создают серьезный вызов для туристической сферы.

#### **Список использованных источников**

1. Стратегия развития туризма [Электронный ресурс]. – URL: <https://welcometimes.ru/opinions/strategiya-razvitiya-vnutrennego-turizma-v-rossii-v-2021-godu> (дата обращения 19.11.2021). Текст: электронный.
2. Туризм. Основные виды, понятия, направления в туризме [Электронный ресурс]. – URL: <https://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/turizm.html> (дата обращения 20.11.2021). Текст: электронный.
3. Ассоциация туроператоров [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/53770.html> (дата обращения 23.11.2021). Текст: электронный.
4. Леонов, С.А. Анализ возможностей комплексного применения мер государственной поддержки субъектов предпринимательской деятельности/ Дневник науки. 2021. №1 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/1/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 04.02.2021).

5. Леонов, С.А. Выбор организационно-правовой платформы для реализации собственной бизнес-идеи // Дневник науки. 2020. №11 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/11/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 02.12.2020).

6. Леонов, С.А. Принципы эффективной разработки бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

7. Леонов, С.А. Особенности реализации товаров субъектами предпринимательской деятельности на маркетплейсах // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov3.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).

8. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).

## MODERN TRENDS OF TOURISM DEVELOPMENT

**F.F. Dadabaev**

*FSBEI HE»St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article discusses general issues of tourism development, development prospects, the impact of tourism on the development of the state. Particular attention is focused on the impact of Covid-19 on tourism development.

**Keywords:** tourism, development, infrastructure, incomes of the population, domestic tourism, culture.

**УДК 65.015**

### **«ОПЫТ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССА «НАЗНАЧЕНИЕ ЕЖЕМЕСЯЧНОЙ ДЕНЕЖНОЙ ВЫПЛАТЫ В СЛУЧАЕ РОЖДЕНИЯ (УСЫНОВЛЕНИЯ) ТРЕТЬЕГО РЕБЕНКА ИЛИ ПОСЛЕДУЮЩИХ ДЕТЕЙ ДО ДОСТИЖЕНИЯ РЕБЁНКОМ ВОЗРАСТА ТРЁХ ЛЕТ» В УПРАВЛЕНИИ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ АДМИНИСТРАЦИИ ГРАЙВОРОНСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА»**

**М.В. Дмитренко**

*ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный  
исследовательский университет»,  
г. Белгород, Россия*

Рассмотрен опыт оптимизации процесса с социальной ценностью в управлении социальной защиты населения администрации Грайворонского городско-

го округа Белгородской области. Описаны основные эффекты после внедрения улучшений в процесс.

**Ключевые слова:** бережливое управление, картирование, бережливый проект, сокращение времени, удовлетворенность потребителей.

В настоящее время актуально внедрение эффективного управления в государственный и муниципальный сектор. Основным критерием эффективности становится достижение высоких конечных результатов при наилучшем использовании ресурсов [2, с.14]. Именно бережливое управление позволяет повышать эффективность процессов через снижение всех видов потерь [1, с.4]. В применении к деятельности органов местного самоуправления необходимо формировать восприятие ценности с точки зрения пользователя – того, кто получает государственные или внутренние услуги и определяет их ценность [3, с.30]. Внимательность к потребностям населения позволяет достичь комплексного эффекта: повышение производительности труда, снижение административных барьеров, прозрачности деятельности во всех структурных подразделениях [4, с.199].

В данной статье предпринята попытка на основе опыта оптимизации процесса в управлении социальной защиты населения администрации Грайворонского городского округа осветить ключевые аспекты и эффекты новой перспективной концепции в муниципальном управлении.

В целях повышения уровня удовлетворенности населения качеством оказываемых услуг было проведено картирование процесса «Назначение ежемесячной денежной выплаты в случае рождения (усыновления) третьего ребенка или последующих детей до достижения ребёнком возраста трёх лет».

Обоснование выбора процесса: ежедневно ведется прием не менее 2 потенциальных получателей в день; процесс является трудоемким, специалист тратит на назначение выплаты 243-317 мин. (4-5ч.) рабочего времени в день; еженедельно формируются и направляются не менее 3-х региональных и 2-х федеральных межведомственных запросов; в процессе ежедневно задействовано 3 специалиста отдела, а также 5 сотрудников управления; удовлетворенность потребителей до начала внедрения улучшений составляет не более 23 %.

В ходе картирования были выявлены 9 проблем. Командой картирования был проведен анализ проблем с применением метода «5 почему?» (таблица 1).

Таблица 1 – Анализ проблем с помощью метода «5 почему?»

Проблемы	Первопричины	Решения	Вклад в достижение цели, мин
1	2	3	4
1. Потеря во времени при посещении ЗАГС	Граждане не знают в какое управление, отдел обращаться по вопросу выплат	Размещение информационной статьи на сайте УСЗН о получении выплат на третьего ребенка	8-10
		Размещение информационной статьи на сайте администрации городского округа, в газете «Родной край» о получении выплат на третьего ребенка	6-7



Продолжение таблицы 1

1	2	3	4
2. Потеря во времени при консультировании заявителя по вопросу компетенции УСЗН	Сотрудник ЗАГС консультирует заявителя по вопросу ведомства УСЗН, не обладая в полной мере актуальными требованиями к получению выплат	Подготовка памятки об условиях получения ежемесячной денежной выплаты в случае рождения (усыновления) третьего ребенка или последующих детей до достижения ребёнком возраста трёх лет	35 - 90
		Направление памятки в ЗАГС, администрацию городского округа, МФЦ для размещения	21-28
3. Длительность ожидания приема специалиста	Заявитель не знает о том, что есть возможность позвонить и записаться на прием или уточнить в какой кабинет и к какому специалисту необходимо обратиться	Размещение на сайте УСЗН о возможности записаться на прием к специалисту, подробного перечня контактных данных сотрудников и статьи о возможности записаться на прием	20-40
		Размещение информационной статьи в газете «Родной край» о возможности записаться на прием к специалисту УСЗН	10-15
4. Потеря во времени при консультации заявителей о получении выплат	Отсутствие актуальных информационных памяток о получении выплат в максимально доступной форме для населения	Подготовка памяток о получении услуги с подробной визуализацией документов	3-4
		Размещение памяток на сайте УСЗН	2-3
5. Длительность при формировании пакета документов для получения выплат	Отсутствие актуального перечня документов для получения услуги, нет понятной визуализации как документы должны выглядеть (проблема со справкой о составе семьи)	Разработка актуального перечня документов для получения услуги на сайте УСЗН, информационном стенде в УСЗН	8-9
		Размещение актуального перечня документов для получения услуги на сайте УСЗН, информационном стенде в УСЗН	7-6
6. Потеря времени при подготовке заявления на выплату	Отсутствие шаблона и примера заполнения заявления на сайте, для того чтобы самому заполнить дома	Разработка и размещение шаблона заполнения заявления на получение услуги на сайте УСЗН	15 - 20
		Подготовка шаблонов заявления для выдачи заявителям в момент посещения учреждения	14-19
7. Потеря во времени при проверке документов, внесении правок от заявителя	Заявители допускают ошибки при подготовке пакета документов	Подготовка чек-листа по выявлению наиболее частых ошибок при формировании пакета документов для ответственного сотрудника	4 - 6
		Апробация чек-листа по выявлению наиболее частых ошибок при формировании пакета документов для ответственного сотрудника	3-5

1	2	3	4
8. Длительность при введении данных в программный комплекс АСП	Отсутствует пример введения данных в программный комплекс АСП	Подготовка примера введения данных в программный комплекс АСП	5-6
		Формирование СОК по введению данных в программный комплекс АСП	4-5
9. Длительность при формировании личного дела получателя пособия	Отсутствует порядок при формировании личного дела получателя	Разработка СОП	5-40
		Разработка СОК по формированию личного дела получателя	4-6

В качестве внедрения улучшений было предложено реализовать бережливый проект «Оптимизация процесса «Назначение ежемесячной денежной выплаты в случае рождения (усыновления) третьего ребенка или последующих детей до достижения ребёнком возраста трёх лет».

Целью проекта: сократить время протекания процесса «Назначение ежемесячной денежной выплаты в случае рождения (усыновления) третьего ребенка или последующих детей до достижения ребёнком возраста трёх лет» не менее чем на 41 %.

Основные решения проблем были направлены на:

- повышение доступности информации об услуге на населения (подготовлена памятка об условиях получения ежемесячной денежной выплаты в случае рождения (усыновления) третьего ребенка или последующих детей до достижения ребёнком возраста трёх лет, размещена в СМИ городского округа; сформирован перечень документов для получения);

- сокращение количества ошибок при формировании документов для получения услуги (разработаны шаблоны и образцы заполнения заявления на получение услуги, размещены в максимальной доступности для заявителей);

- апробацию взаимодействия с ответственными подразделениями и учреждениями по оказанию услуги населению (проверка информирования о регистрации рождения третьих и последующих детей с отделом ЗАГС администрации городского округа, сотрудничество с ОГБУЗ «Грайворонская ЦРБ» по направлению данных о женщинах, вставших на учет по наблюдению за беременностью третьим и последующим ребенком, проведение работы по направлению индивидуальных памяток о получении выплат по месту жительства беременной женщины третьим и последующими детьми);

- проведение цикла исследований общественного мнения (опрос, анкетирования) с целью определения уровня удовлетворенности участников процесса «на выходе». Были подготовлены стандартные операционные карточки, разработаны методические материалы, созданы стандартные операционные процедуры и алгоритмы по процессу.

Благодаря успешному внедрению улучшению удалось добиться следующих результатов: время протекания процесса составляет не более 1087 минут (более 41 %), сократилось время трудоемкости процесса для сотрудников отдела – не менее 34 %, удовлетворенность потребителей (заявителей) по итогам реализации проекта составляет не менее 54 % (+31 %).

### Список использованных источников

1. Об утверждении Положения о бережливом управлении в органах исполнительной власти и государственных органах Белгородской области: Поста-

новление Правительства Белгородской области от 28 мая 2018 года № 161-пп - Доступ из справочно-правовой системы КонсультантПлюс

2. Анастасиади, Г.П. Управление качеством. – Санкт-Петербург: Питер, 2010. – 312 с.

3. Архипов, А.В., Крюнькин Е.Н. Lean и другие подходы к управлению процессами // Бережливое управление в госсекторе. Как наладить процессы. – Москва: РАНХиГС, 2021 – 184 с.

4. Сычанина, С.Н., Мирончук В.А., Шолин Ю.А. Бережливое управление: методы и инструменты бережливого производства в муниципальном управлении, перспективы и практика применения // Бизнес. Образование. Право. – 2018. – №4(45). – С.199

**«EXPERIENCE IN OPTIMIZING THE PROCESS «APPOINTMENT OF A MONTHLY CASH PAYMENT IN CASE OF BIRTH (ADOPTION) OF A THIRD CHILD OR SUBSEQUENT CHILDREN BEFORE THE CHILD REACHES THE AGE OF THREE YEARS» IN THE DEPARTMENT OF SOCIAL PROTECTION OF THE POPULATION OF THE GRAYVORONSKY CITY DISTRICT ADMINISTRATION»**

**M.V. Dmitrenko**

*FSAEI HE «Belgorod National Research University»,  
Belgorod, Russia*

The experience of optimizing the process with social value in the Department of social protection of the population of the administration of the Grayvoronsky city district of the Belgorod region is considered. The main effects after the implementation of improvements in the process are described.

**Keywords:** lean management, mapping, lean project, time reduction, customer satisfaction.

**УДК 338**

**ДЕТЕРМИНАНТЫ СПРОСА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СУБЪЕКТЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**А.В. Дмитрийчук<sup>1</sup>**

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена анализу факторов спроса и их влиянию на рынок малого предпринимательства. Иначе говоря, как различные факторы могут повлиять на будущее бизнеса, какие меры стоит предпринять, чтобы минимизировать убытки или приумножить прибыль.

**Ключевые слова:** факторы, детерминанты, спрос, предпринимательство, влияние, потребитель.

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

В марте 2020 года Международный Валютный Фонд (МВФ) официально объявил о сокращении объемов мировой экономики и о начале рецессии, то есть о спаде производства. Причиной этому послужило коронавирусная инфекция COVID-19, которое охватило все пять континентов. Были введены локдауны, масочный режим, обязательное использование антисептиков, режим самоизоляции и других карантинных мер. Впоследствии пострадала почти вся экономика в мире. В этот период особенно остро встает вопрос спроса на товары. Так как в РФ были введены карантинные меры и локдаун, то посещение магазинов стало проблемным, что повлекло за собой упадок спроса у субъектов малого предпринимательства. «Пандемия COVID-19 в России затронула порядка 4,17 млн компаний и ИП от общего числа 6,05 млн, то есть до 67 % малых, средних и крупных предприятий и ИП» - говорится в докладе. Количество компаний, пострадавших от последствий эпидемии, выведено на основании данных реестра МСП и ЕГРЮЛ [1].

В начале апреля 2020 резко упали спрос на обувь и одежду – на 94,2 %, мебель и предметы интерьера – на 81 %, бытовую технику и электротовары – 58,2 %. Спрос на услуги СПА, массаж, салонов красоты упал на 94,8 % [5].

Спросом на любой товар или услугу называют желание и готовность купить товар или услугу в данное время и в данном месте [2]. Чтобы измерить спрос на нужный товар или услугу, существует такая характеристика, как объем спроса. Это то количество экономического блага на которое потребитель готов предъявить спрос при данном уровне цены в данную единицу времени [2].

Объем спроса зависит от ценовых и неценовых факторов. Изменение ценового фактора влечет за собой изменение объема спроса, Изменение же неценовых факторов влечет изменение самого спроса на товар или услугу.

Ценовой фактор спроса это цена на товар. Чем выше цена на товар тем меньше спроса на него, и наоборот. Происходит это из-за отрицательного наклона кривой спроса. Однако, и для этого правила есть исключение: парадокс Гиффена[3]. Заключается он в том, что есть такие товары объем спроса на которые прямо зависим от объема цены. В середине XIX века во время кризиса в Ирландии при повышении цены на картофель спрос на него увеличился за счет снижения спроса на другие товары. Картофель тогда считался основной едой бедняков, поэтому рост цен на него вынуждал их отказываться от других продуктов.

К неценовым факторам относятся такие:

– Потребительские доходы: при увеличении доходов потребителей обычно увеличивается и спрос, но есть нюанс. Если при низком доходе потребитель покупал товары низшей категории, то при увеличении доходов он может позволить себе купить товары высшей категории, и соответственно спрос на низкокачественные товары падает.

– Влияние моды: под влиянием моды, медиа-культуры и других факторов у потребителя изменяются вкусы. Соответствующее изменение меняет и спрос на товар. Спрос на товар увеличивается соответственно росту потребительских предпочтений, и наоборот. Этот фактор оказывает влияние на товары подверженные моде (обувь, одежда).

– Количество покупателей: при повышении количества покупателей возрастает и спрос, при снижении спрос сокращается. Количество покупателей может меняться при сокращении населения или миграции.

– Цена на заменяющиеся товары: у каждого товара на рынке есть заменитель который выполняет ту же функцию. При увеличении цены на какой-нибудь товар заменитель, покупатель, из соображений экономии, купит более дешевый заменитель, и спрос на такой товар упадет. При снижении цены спрос соответственно увеличится, так как покупатель предпочтет купить товар-заменитель подешевле.

– Потребительские ожидания: спрос может меняться в зависимости от ожиданий потребителя относительно будущих цен на товары, будущего дохода и наличия товара. В случае экстремальной ситуации возрастает спрос на товары первой необходимости. Так, например, в начале пандемии и массового локдауна сильно возрос спрос на туалетную бумагу и медицинские маски.

– Добавочные товары: некоторые товары имеют дополняющие товары, без которых не обойтись. Например, у видеокамеры дополняющим товаром будет карта памяти. Цена на взаимодополняющие товары влияет на спрос обратно пропорционально. Если цена на карту памяти существенно возрастет, то спрос на видеокамеры упадет.

– Время года: спрос на некоторые товары меняется вместе со сменой времени года. Спрос на зимнюю одежду летом будет очень низким, а зимой соответственно возрастет.

– Традиции и обычаи: традиции вносят весьма существенный вклад в образование спроса на товары. Так, например, спрос на открытки и шоколадные изделия перед 14 февраля увеличивается в связи с традицией влюбленных дарить друг другу в этот день подарки [4].

Следует отметить, что проблема падения спроса на период пандемии изучается и по сегодняшний день. Пока устойчивого решения проблемы нет, но эксперты выделили несколько тактик, которые помогут остаться «на плаву», и даже получить стабильную прибыль. Из основных решений это: взятие кредита у государства по льготам; выход на онлайн-маркетплейсы, или создавать свою торговую онлайн-площадку. Из неосновных, которые помогут только на короткое время, это создание своего антикризисного продукта, в который будет включаться некоторое количество товаров или услуг. Антикризисный товар позволит либо клиентом тратить меньше, либо зарабатывать больше [6, 7].

Таким образом, из вышеописанного можно сделать следующие выводы. Спрос на различные товары и услуги зависит от неценовых факторов, которые влияют на сдвиг кривой спроса вправо или влево. Ценовые факторы влияют на объем спроса, то есть обуславливают движение вдоль кривой. На основании анализа ценовых и неценовых факторов предприниматели и просто субъекты, ведущие экономическую деятельность могут заранее определить востребованность товара или услуги в разных условиях. Более того, данные факторы используются для управления производства, планировании и постановки задач.

## Список использованных источников

1. Анна Гальчева, Полина Химшиашвили. Почти 70 % российских компаний пострадали из-за пандемии коронавируса [Электронный ресурс] // РБК, аналитическая газета. 28.05.2020. – Режим доступа: URL: <https://www.rbc.ru/economics/28/05/2020/5ecf711b9a7947324d1448cf> (дата обращения: 10.11.2021).
2. Боровых Я.Ф. Влияние детерминантов на изменение спроса [Электронный ресурс] // «Дискуссия», журнал научных публикаций по экономике, №2 (87) март 2018. – Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-determinantov-na-izmenenie-sprosa/viewer> (дата обращения: 10.11.2021).
3. Эффект Гиффена [Электронный ресурс] // Энциклопедия «eCommerce», 20.02.2021. – Режим доступа: URL: <https://apix-drive.com/ru/blog/ecommerce/jeffekt-giffena> (дата обращения: 10.11.2021).
4. Экономика: Факторы спроса и предложения. 15 декабря 2016 г. [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://centr-intellect.ru/2016/12/15/jekonomika-factory-sprosa-i-predlozhen/> (дата обращения: 10.11.2021).
5. Галина Мубаракшина. «Сбербанк»: в первую «нерабочую» неделю спрос на одежду, обувь и некоторые другие товары упал почти до нуля [Электронный ресурс] // «Vc.ru», площадка в интернете для предпринимателей. 08.04.2020. – Режим доступа: URL: <https://vc.ru/finance/118696-sberbank-v-pervuyu-nerabochuyu-nedelyu-spros-na-odezhdu-obuv-i-nekotorye-drugie-tovary-upal-rochti-do-nulya> (дата обращения: 10.11.2021).
6. Леонов, С.А. Принципы эффективной разработки бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).
7. Леонов, С.А. Влияние миссии компании на организацию внутренних бизнес-процессов // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).

## DETERMINANTS OF DEMAND AND THEIR IMPACT ON SMALL BUSINESS ENTITIES IN MODERN CONDITIONS

**A.V. Dmitriyчук**

*FSBEI HE «St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article is devoted to the analysis of demand factors and their impact on the small business market. In other words, how various factors can affect the future of a business, what measures should be taken to minimize losses or increase profits.

**Keywords:** factors, determinants, demand, entrepreneurship, influence, consumer.

## ВЛИЯНИЕ ДИЗАЙНА НА ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ

В.Ю. Доронина<sup>1</sup>

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

В данной статье рассматривается вопрос влияния дизайна продукции на объемы продаж. На примерах показывается влияние ребрендинга на повышение спроса на продукцию. Рассматриваются способы создания хорошего коммуникативного дизайна.

**Ключевые слова:** дизайн, коммерческий дизайн, ребрендинг, объем продаж, доход.

Дизайн (от англ. design – проектировать, чертить, задумать, а также проект, план, рисунок) – термин, обозначающий разновидность художественно-проектной деятельности, охватывающей создание промышленных изделий и рациональное формирование целостной предметной среды. Дизайн присутствует абсолютно во всех вещах, окружающих нас в повседневной жизни, он оказывает огромное влияние на все аспекты нашей жизни, а в первую очередь на область «купли-продажи» в экономической сфере. Так ли сильно это влияние? Попробуем разобраться в этом в данной статье.

«Дизайн – это не то, как предмет выглядит, а то, как он работает» - это цитата основателя компании Apple Стива Джобса, и стоит сказать, что более правильное описание функций дизайна дать сложно. Дизайн продукции очень сильно влияет на продажи и на бизнес в целом, не зря же профессия дизайнера год от года становится все более востребованной. В первую очередь отметим, что дизайн, как фактор, оказывающий влияние на объемы продаж, функционирует правильно только в совокупности с другими факторами и только в совокупности с ними может оказать существенное влияние на объем продаваемой продукции. Людям свойственно воспринимать информацию по-разному: дизайн в первую очередь направлен на визуалов, то есть людей воспринимающих большую часть информации с помощью зрения. Чем привлекательнее они находят продукт, тем больше вероятность для производителя его продать. Однако, стоит отметить, что дизайн – лишь одна из составляющих успешной продажи. Это своего рода обещание будущему покупателю товара, которое, как показывает практика не всегда полно отражает действительность, но, стоит сказать, что дизайн и не закрепляет за собой такой функции. Его задача просто сделать товар визуально приятным. Заметим, что не любой дизайн может повысить продажи, потому что говоря «дизайн» имеется ввиду не просто красивая картинка. Другими словами, любой дизайн должен быть эффективным. Именно от эффективности зависит, насколько дизайн будет коммерчески успешным. Когда же в таком случае ди-

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

зайн эффективен? Рассмотрим это подробнее. Существует три показателя, определяющих эффективность дизайна: визуальное представление продукта, а также так называемые конверсионные и контекстные слои. Конверсионные слои – это определенные приемы, повышающие конверсию сайта. Конверсия в интернет-маркетинге – это отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нём какие-либо целевые действия (скрытые или прямые указания рекламодателей, продавцов, создателей контента – покупку, регистрацию, подписку, посещение определённой страницы сайта, переход по рекламной ссылке), к общему числу посетителей сайта, выраженное в процентах. Так как в наше время почти любой дизайн в наше время представлен также и в digital варианте (а часто и только в нем), то этот показатель является необходимым.

То есть, чтобы быть продаваемым, дизайн должен быть уже не просто «дизайном», как это было еще совсем недавно. Это понятие переходит на «новый уровень», получает название «коммерческий дизайн». Коммерческий дизайн – это дизайн, который обладает высокой конверсией в покупку товара, то есть, выражаясь проще, этот тот дизайн, который будут активно покупать на рынке. Коммерческий дизайн характеризует такие визуальные понятия, как просто в изображении, наибольшая заметность и запоминаемость товара на рынке. Многие известные фирмы в наше время активно используют коммерческий дизайн. Это и такие популярные фирмы как Nike, Addidas, Coca-Cola и т.д. Пожалуй, самым удачным примером коммерческого редизайна (Редизайн – это изменение отдельных частей фирменного стиля бренда. Чаще всего редизайн касается логотипов, но может проводиться и для носителей фирменного стиля (упаковки, визиток и подобного), сайтов или социальных сетей) является редизайн логотипа Apple. Первая версия логотипа этого известного бренда была мала похожа на то простое черное яблоко, которое сейчас так ярко выделяет продукцию компании на рынке мобильных устройств и электротехники. Первоначальная версия представляла собой сложную картинку, выполненную в стиле гравюр. Такое известное фирменное «яблоко» было совсем маленьким, почти незаметным на фоне изображения Исаака Ньютона, сидящего под деревом. Как понятно из описания, такой логотип был слишком сложным и не слишком запоминающимся, к тому же его нельзя было поместить на выпускаемую технику, поэтому компанией почти сразу же был произведен ребрендинг. Логотип изменился до неузнаваемости, именно дизайнер Роб Янсон создал известное нам и по сей день «надкушенное яблоко» в качестве логотипа, которое, однако было не монохромным, а радужным. Это дизайнерский ход существенно повысил объемы продаж. Но, спустя десятилетие, компания снова столкнулась с необходимостью модернизации своего логотипа, так как, логотип, раскрашенный под радугу, часто воспринимался покупателями неверно. Компанию обвиняли в отсутствии толерантности, хотя по своей сути радуга являлась лишь изображением вывода цветного изображения компьютерами (в то время многие мониторы были монохромными). Это можно назвать отрицательным примером влияния дизайна на продажи. После очередного ребрендинга компания решила выпускать одноцветный логотип, который и до сих пор является «лицом» Apple.

На примере видно, что тщательный и продуманный подход к дизайну способен увеличить доходы компании. В разработке успешного дизайна важна сплоченная работа всего коллектива, а также всегда нужно следить за ответной



реакцией потребителей, и в случае отрицательного отклика производить ребрендинг. Заметим, что невозможно быстро определить реакцию потребителя на тот или иной дизайн. Специалисты считают, что оптимальным сроком, показывающим, является ли дизайн продающим является один год. Именно через год сотрудники компании собирают данные об увеличении оборота и доли рынка. В пример можно привести компанию «Мистраль», производящую продукты питания. В результате грамотного ребрендинга компания смогла увеличить свою долю на рынке в два раза всего за один год.

При разработке качественного продаваемого дизайна важным показателем являются кооперации дизайнеров со специалистами из других разделов. Этот метод применим не только в дизайне, но и во многих других сферах. Компании, которые смогли интегрировать команду дизайнеров и равномерно распределить обязанности почти всегда имеют более высокие финансовые результаты, отмечают эксперты. При разработке хорошего продающего дизайна очень важен постоянный контакт с потребителем. Дизайн может хорошо развиваться и положительно влиять на продажи только там, где проводятся постоянные тестирования и разборы различных вариантов с потребителем. Дизайн, созданный «в вакууме» обречен на провал. Важно проводить исследования аналитических компаний, постоянный мониторинг конкурирующих организаций в сочетании с количественными и качественными пользовательскими исследованиями. Только дизайн, созданный с учетом всего этого способен увеличить объемы продаж.

Однако, несмотря на то, что дизайн часто сильно повышает продажи, не стоит забывать, что он не является универсальным средством для повышения доходов компании. Невозможно однозначно оценить, как сильно вырастут либо опустятся продажи при изменении дизайна – это всегда зависит от конкретной ситуации. Есть немало примеров, когда в результате редизайна (т.е. смены дизайна) продажи выросли на 400 %, однако намного чаще происходит не столь блестящий рост, примерно 2-4 %. Однако, положительное влияние хорошего дизайна на продажи неоспоримо.

#### **Список использованных источников**

1. Глазычев, В.Л. О дизайне. - Москва, 1970.
2. Нельсон, Дж., Проблемы дизайна, (пер. с англ.). – Москва, 1971.
3. «Популярная художественная энциклопедия.» Под ред. Полевого В.М.; М.: Издательство «Советская энциклопедия», 1986.
4. Н. А. Старкова. – Анализ становления и развития артрынка и артбизнеса. – Научное исследование доцента кафедры мировой экономики и менеджмента, кандидата экономических наук Кубанского государственного университета, 2014.
5. Лапшина, С.Н. Повышение эффективности продвижения компании на рынке с использованием ИТ – Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация).
6. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).

## THE IMPACT OF DESIGN ON SALES VOLUMES

V.Y. Doronina

*FSBEI HE»St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article discusses the impact of product design on sales volumes. Examples show the impact of rebranding on increasing demand for products. The ways of creating a good communicative design are considered.

**Keywords:** design, commercial design, rebranding, sales volume, revenue.

УДК 338

## ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ИСКУССТВЕ

В.Ю. Доронина<sup>1</sup>

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

В данной статье рассматривается вопрос ценообразования на современном арт-рынке, описываются основные отличия в ценообразовании в сфере искусства по сравнению с другими экономическими сферами, описываются основные тенденции при установке оптимальной цены на произведение искусства.

**Ключевые слова:** ценообразование, арт-рынок, производство искусства, экономика, ценность.

На первый взгляд, для человека, несведущего в экономике, связь между искусством и экономикой минимальна. Такая точка зрения возникает во многом благодаря тому, что производство искусства относится не к первичным потребностям человека, которые чаще всего старается удовлетворить экономическая сфера, а к духовным. Однако не стоит забывать, что экономика, как наука, затрагивает все сферы жизни общества, в которых людьми производятся и потребляются блага (По словарю Экономических терминов: «Экономика – это хозяйство, совокупность средств, объектов, процессов, используемых людьми для обеспечения жизни, удовлетворения потребностей путем создания необходимых человеку благ, условий и средств существования с применением труда»), а значит и сферу искусства тоже. Подтверждение этому можно найти в книге Уильяма Граммппа «Оценивая бесценное». Автор утверждает, что предметы искусства являются экономическими благами, ценность которых может быть измерена

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

рынком, а продавцы и покупатели искусства, то есть люди, которые создают этот рынок и извлекают из него выгоду, стараются выручить за то, что имеют, как можно больше. Уильям Грамп также рассуждает о том, какую пользу люди видят в приобретении произведений искусства и приходит к выводу, что произведения искусства обладают не только эстетической, но также и социальной и инвестиционной ценностями, то есть покупая произведения искусства люди не только удовлетворяют свои духовные потребности, но и повышают свой социальный статус, а также используют произведения искусства как способ вложения своего капитала.

Заметим, что ценообразование в сфере искусства (далее будет использоваться термин «арт-рынок») отличается от ценообразования в любой другой экономической сфере. Рынок произведений искусства представляет собой сложный механизм, включающий в себя довольно специфические методы ценообразования. Принято выделять 2 разных метода, по которым устанавливается цена на тот или иной объект на рынке произведений искусства.

Первый метод говорит о том, что на любой объект арт-рынка невозможно установить постоянную и фиксированную цену. Цена на данный объект всегда будет колебаться от минимального к максимальному значению, при этом ни один человек не может достоверно определить, является ли данная цена высокой или низкой по отношению к равновесной рыночной цене. Спрос также не поддается четкой оценке, так как часто зависит от таких субъективных факторов, как поведение инвесторов или желание богатых коллекционеров приобрести тот или иной продукт арт-рынка, основываясь лишь на субъективной оценке внешних качеств продукта.

Второй метод установления цен на рынке произведений искусства предполагает определение фундаментальной цены на произведение искусства. Фундаментальная цена здесь определяется как ожидаемая приведенная стоимость дохода от актива в будущем. При этом необходимым условием считается наличие связи между ценой актива данного произведения искусства с ценой активов на другие произведения искусства.

Стоит заметить, что и в первом и во втором методе ценообразование на арт-рынке почти не зависит от, так называемого, затратного метода, то есть, фактически, нет зависимости устанавливаемой цены на товар от затрат, которые были понесены в результате создания данного произведения. Это является одним из главных отличий формирования цен на арт-рынке от ценообразования в других экономических сферах.

Как уже было сказано, арт-рынку присуще наличие некоторых специфических отличительных черт в установлении цен на товары. Одной из таких особенностей является негласный запрет на снижение первоначальной цены, установленной на произведение искусства. Это отличительная черта была замечена экспертами довольно давно, и часто упоминается в специализированной литературе, а так же в различных справочниках об арт-рынке. Таким образом, можно с уверенностью сказать, что «искусство не теряет в цене». С точки зрения экономики, эта тенденция оценивается по-разному: с одной стороны, стоит заметить, что и в первом и во втором методе ценообразование на арт рынке почти не зависит от так называемого затратного метода, то есть фактически нет зависимости устанавливаемой цены на товар от затрат, которые были понесены в результате

создания данного произведения. Это является одним из главных отличий формирования цен на арт-рынке от ценообразования в других экономических сферах.

С другой стороны, для инвесторов рынка искусств, это, несомненно, положительное явление, однако, данное явление часто препятствует установлению рыночного равновесия, так как в случае избыточного предложения, количество производимого товара никак не может быть отрегулировано понижением рыночных цен. Другая интересная черта арт-рынка – это то, что произведения, созданные одним и тем же автором и имеющие одинаковые размеры, почти всегда имеют одинаковую рыночную цену, даже если это произведение имеет более высокое в сравнении с остальными произведениями качество, или по тем, или иным субъективным причинам на него ожидается более высокий спрос, чем на другие произведения данного автора. Ценообразование по размеру можно назвать экономической аномалией, так как часто данная тенденция является экономически невыгодной, так как избыточный спрос на некоторые произведения не приводит к повышению цены. Ценность современного искусства по своей сути – величина неопределенная. Важная характеристика рынка искусства состоит в том, что отдельные авторы не знают ценности объектов, а критерии для оценки качества произведения отсутствуют.

Итак, заметим, что несмотря на то, что сфера искусства тесно связана с экономической сферой, взаимодействуют они довольно необычным способом. Арт-рынок имеет довольно специфические механизмы ценообразования, которые, однако, также подчиняются довольно строгим законам. Например, известно, что цена на арт-рынке часто бывает зависима от субъективного мнения богатых коллекционеров, а иначе говоря тех, кто готов покупать произведения искусства. Часто устанавливаемая цена не отвечает тем затратам, которые были затрачены на создание конкретного произведения искусства. Это, и некоторые другие моменты делают арт-рынок очень своеобразным, отличающимся от других сфер в плане ценообразования. Поэтому, несомненно, его стоит подробно рассматривать отдельно от других сфер экономики.

#### **Список использованных источников**

1. Grampp William D.: Pricing the Priceless: Art, Artist, and Economics. – Basic Books, Inc., 1989. – P. XI, 290.

2. Velthuis O. Symbolic meanings of prices: Constructing the value of contemporary art in Amsterdam and New-York galleries // Theory and Society. 2003. Vol. 32. P. 181–215. Перевод Е.С. Бердышевой под ред. В.В. Радаева, М.С. Добряковой.

3. Словарь финансово-экономических терминов / А. В. Шаркова, А. А. Килячков, Е. В. Маркина и др.; под общ. ред. д. э. н., проф. М. А. Эскиндарова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015

4. Старкова, Н.А. Анализ становления и развития артрынка и артбизнеса. – Научное исследование доцента кафедры мировой экономики и менеджмента, кандидата экономических наук Кубанского государственного университета, 2014.

5. Гельман, М. Как продать искусство // Отечественные записки. – 2005. – №4.

6. Бенаму-Юэ, Ж. Цена искусства, М.:Артмедиа групп, 2008.
7. Леонов, С.А. Принципы эффективной разработки бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).
8. Леонов, С.А. Влияние миссии компании на организацию внутренних бизнес-процессов // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).

## PRISE FORMATION IN ART

V.Y. Doronina

*FSBEI HE»St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

The article deals with the question of pricing on the modern art market, describes the main differences in pricing in the arts in comparison with other economic spheres, describes the main trends in setting the optimal price for a work of art.

**Keywords:** pricing, art market, artwork, economics, value.

УДК 336.6

## ПРИМЕНЕНИЕ МОДИФИЦИРОВАННОЙ ВНУТРЕННЕЙ НОРМЫ ДОХОДНОСТИ В ВОПРОСАХ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Д.А. Дубков

*ФГБОУ ВО «Псковский государственный университет»,  
г. Псков, Россия*

В статье рассматривается подход к оценке эффективности инновационных проектов с помощью показателя модифицированной внутренней нормы доходности, предлагается использовать данный показатель при финансировании проектов по договору конвертируемого займа.

**Ключевые слова:** инновационная деятельность, инновационный проект конвертируемый заём, модифицированная внутренняя норма доходности.

Несмотря на то, что переход к инновационно-ориентированной экономике остаётся приоритетным направлением экономической политики государства, важной особенностью инновационной деятельности в России является низкий уровень ее инновационной активности. Так, уровень инновационной активности отечественных предприятий в 2019 г. составил 9,1 %, что на 3,7 п.п. и 6 п.п. ни-

же чем в 2018 г. и 2017 г. соответственно. Необходимо отметить, что значение данного показателя с 2010 г. по 2019 г. варьируется в диапазоне от 8,4 % до 14,6 %. Уровень инновационной активности малых предприятий в 2019 г. составил 5,8 % и находится в диапазоне от 4,5 % до 5,8 %. Для сравнения уровень инновационной активности предприятий в 2019 г. в Канаде составил 79,3 %, Швейцарии – 72,6 %, Норвегии – 72,6 %, Финляндии – 64,8 %, Германии – 63,7 %, Австралии – 62,0 %, Великобритании – 58,7 %, Франции – 57,7 % [6].

Это объясняется тем, что НИОКР требуют большого объема инвестиций и сопряжены с высоким уровнем риска. В результате, несмотря на признание неизбежности инновационного пути развития, к вложениям в инновационные проекты в России инвесторы относятся достаточно настороженно.

Сохранение данной тенденции на протяжении длительного периода времени в России определяет необходимость изучения факторов, сдерживающих инновационный вектор развития, а также эффективность существующих методов финансирования инновационной деятельности.

Так, в качестве метода финансирования инновационного проекта, применение которого позволяет повысить инвестиционную привлекательность проекта, можно рассматривать договор конвертируемого займа. Механизм финансирования инновационных проектов по договору конвертируемого займа предполагает наличие альтернативы у инвестора в момент коммерциализации инновационного продукта [1]. В случае успешной реализации проекта инвестор (кредитор) может конвертировать права требования по займу в счет права владения долей в уставном капитале общества (акциями акционерного общества), став его участником (акционером) с последующим правом получения дивидендов. В противном случае инвестор (кредитор) может отказаться от конвертации и получить вложенные средства и процентные деньги в полном объеме. Данный метод финансирования инновационных проектов нашел широкое применение в международной практике [2]. Однако, несмотря на определенные преимущества данного метода, актуальным остается ряд следующих вопросов.

Во-первых, инвестору (кредитору) и заёмщику необходимо выбрать механизм конвертации вложенных инвестиций в долю уставного капитала (количество акций компании). Во-вторых, стороны договора должны выбрать показатель, который будет использоваться в качестве коэффициента конвертации. В-третьих, стороны договора должны понимать какая методика оценки эффективности инновационного проекта будет использоваться. В-четвертых, стороны должны выбрать методику оценки стоимости общества (стоимости доли уставного капитала или акций компании). В-пятых, какова будет правовая конструкция договора с учетом действующего гражданского законодательства.

На наш взгляд, при финансировании инновационных проектов по договору конвертируемого займа показатель модифицированной внутренней нормы доходности применим в качестве объективного показателя эффективности проекта и коэффициента конвертации.

Модифицированная внутренняя норма доходности (MIRR) – это ставка дисконтирования, по которой будущая (терминальная) стоимость проекта будет приведена к настоящему моменту времени и будет равна современной стоимости всех инвестиций, связанных с проектом [4]. При этом показатель ставки доходности (MIRR) является неизвестной величиной в следующем уравнении:

$$\sum_{i=0}^n \frac{I_i}{(1+r)^i} = \frac{\sum_{i=1}^n P_i \cdot (1+r)^{n-1}}{(1+MIRR)^n}$$

где  $I_i$  – инвестиционные затраты (оттоки инвестиционного проекта), руб.;  $P_i$  – планируемые денежные поступления (притоки инвестиционного проекта), руб.;  $r$  – ставка дисконтирования, %;  $n$  – период времени инвестиционного проекта, лет.

В научной литературе описаны различные варианты расчета модифицированной внутренней нормы доходности. Так, для расчета данного показателя возможно использовать допущение, предложенное Бриггем Ю., Гапенски Л. о том, что будущие доходы реинвестируются по ставке доходности, равной принятой ставке дисконтирования [4]. В.Е. Есипов, Г.А. Маховикова, Т.Г. Касьяненко придерживаются аналогичного мнения и считают, что и дисконтирование, и компаундирование должно осуществляться по цене источника финансирования проекта [5]. По мнению Савицкой Г.В. дисконтирование оттоков инвестиционного проекта может осуществляться по требуемой норме рентабельности инвестиций, а наращение получаемых доходов по ставке реинвестирования [3]. Из приведенной выше формулы следует:

$$MIRR = \sqrt[n]{\frac{\sum_{i=1}^n P_i \cdot (1+r)^{n-1}}{\sum_{i=0}^n \frac{I_i}{(1+r)^i}}} - 1 = \sqrt[n]{\frac{TV(P)}{PV(I)}} - 1$$

где  $TV(P)$  – терминальная (будущая) стоимость поступлений (доходов) от инвестиционного проекта, руб.;  $PV(I)$  – современная стоимость инвестиций, руб.

Если показатель модифицированной внутренней нормы ( $MIRR$ ) больше средневзвешенной стоимости капитала  $CC$  ( $WACC$ ), то инновационный проект можно считать эффективным, причем, чем больше значение  $MIRR$ , тем выше доходность проекта.

Показатель модифицированной внутренней нормы имеет значительные преимущества перед показателем внутренней нормы доходности ( $IRR$ ):

расчет показателя модифицированной внутренней нормы доходности предполагает, что все денежные поступления от проекта будут реинвестированы по ставке дисконтирования (рыночной стоимости капитала), а не по ставке внутренней нормы доходности ( $IRR$ ) – точке безубыточности. Так, показатель модифицированной внутренней нормы доходности более точно характеризует прибыльность проекта для инвестора.

показатель модифицированной внутренней нормы доходности применим для оценки любых денежных потоков проектов, что позволяет устранить существенный недостаток внутренней нормы доходности ( $IRR$ ), который возникает в

случае неоднократного оттока денежных средств (проблема множественности IRR).

показатель MIRR может использоваться наряду с чистой приведенной стоимостью проекта (NPV) при оценке взаимоисключающих проектов.

Вместе с тем, для показателя модифицированной внутренней нормы доходности также характерно присутствие риска реинвестирования (риск потерь, вызванный реинвестированием будущих доходов по более низким процентным ставкам). Кроме того, данный метод оценки используется только в том случае, если терминальная стоимость притоков превышает дисконтированную стоимость оттоков инвестиций. MIRR не показывает скорость возврата инвестиций и результат инвестирования в абсолютном значении.

С учетом изложенных выше фактов в общем виде процесс конвертации вложенных инвестиций в долю уставного капитала общества (количество акций) можно представить в виде следующей формулы:

$$dSC = \frac{FVI \times 100 \%}{FVB} \times (1 + MIRR)$$

где dSC – доля в уставном капитале общества (акций акционерного общества); FVB – современная рыночная стоимость бизнеса, руб.; FVI – современная стоимость вложенных инвестиций в инновационный проект, руб.; MIRR – модифицированная внутренняя норма доходности, используемая в качестве коэффициента конвертации.

Таким образом, финансирование инновационных проектов по договору конвертируемого займа минимизирует риск инвестора и позволяет ему принимать оперативные решения по мере реализации проекта. Однако, этот метод финансирования инновационных проектов в настоящее время не имеет чёткого правового и финансового механизма. В связи с этим, применение модифицированной внутренней нормы доходности в качестве показателя оценки эффективности инновационных проектов и коэффициента конвертации экономически обосновано. Данный метод дает более объективную оценку доходности инвестиций, упорядочивает распределение денежных потоков во времени и учитывает принцип временной стоимости денег.

#### **Список использованных источников**

1. Янковский, Р.М. Конвертируемый заём: договорная модель и проблемы регулирования. – Москва: Закон. – 2017. – № 11. – С. 184-192.
2. Минина, Н. Конвертируемый заём в российском праве. Акционерное общество. – 2021. – № 8. – С. 220-227.
3. Савицкая, Г.В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: методологические аспекты: монография. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: ИНФРА-М, 2017. – 291 с.
4. Асаул, А.Н. Инвестиционный анализ: учебное пособие. – Москва: Проспект, 2016. – 240 с.



5. Коммерческая оценка инвестиций: учебное пособие / В.Е. Есипов, Г.А. Маховикова, Т.Г. Касьяненко и др.; под общ. ред. д. э. н. В.Е. Есипова. – Москва: КНОРУС, 2012. – 698 с.

6. Индикаторы инновационной деятельности: 2021: статистический сборник/ Л. М. Гохберг, Г. А. Грачева, К. А. Дитковский и др.. – Москва: НИУ ВШЭ, 2021. – 280 с.

## **APPLICATION THE MODIFIED INTERNAL RATE IN FINANCING OF INNOVATIVE ACTIVITY**

**D.A. Dubkov**

*Pskov State University,  
Pskov, Russia*

The article discusses the approach to financing innovative projects under contract of convertible loan, indicator of a modified internal rate of return rate of convertible, its advantages and disadvantages are stated.

**Key words:** innovative activity, innovative project convertible loan, modified internal rate of return.

**УДК 331.108**

## **УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В РОССИИ**

**Е.А. Ехлакова, А.И. Валиуллина**

*Институт цифровых технологий и экономики  
Казанский государственный энергетический университет,  
г. Казань, Россия*

В настоящее время изучение системы управления персоналом, как в целом, так и в отдельных ее областях, представляет большой интерес для российских исследователей. Анализ работы по данной теме позволит нам рассмотреть существующие проблемы управления человеческими ресурсами и разработать наиболее оптимальную методологию решения проблем в области создания и оптимизации стратегии управления человеческим капиталом.

**Ключевые слова:** управление персоналом, человеческие ресурсы, разработка кадровой политики.

Когда возникают проблемы с управлением персоналом, мы понимаем, что более точное позиционирование направлено на организацию эффективной работы производства, что в основном связано с повышением рентабельности и конкурентоспособности самого предприятия.

Управление персоналом – это профессиональная деятельность, цель которой – дать возможность сотрудникам играть наиболее эффективную роль в компании. Оно включает в себя:

- требования к планированию работы,
- назначение и подбор персонала,
- организация работы,
- меры по мотивации и мотивации сотрудников к работе.

Что касается собственных перспектив развития компании, то она напрямую зависит от степени участия персонала в процессе улучшения работы организации. Большинство зарубежных и российских исследователей, ученых и руководителей высшего звена разработали теоретически обоснованные методы, инструменты и модели, необходимые для управления человеческими ресурсами, и частично руководят разработкой и непосредственным внедрением системы управления человеческими ресурсами.

Если выбирать между основными механизмами управления персоналом, то в современных условиях следует сосредоточиться на анализе некоторых работ в области управления персоналом. Большинство зарубежных и российских ученых и исследователей в своей работе анализируют все виды областей управления персоналом, функции которых напрямую связаны с интегрированными системами управления. Они начинаются с процесса разработки кадровой политики и различных экономических, юридических и организационных методов управления персоналом.

Управление человеческими ресурсами - один из важнейших аспектов успешного бизнеса. Управленческая деятельность организации всегда основана на принципах, методах и формах управления, а влияние на личные интересы регулируется посредством экономического, психологического или административного управления. Управление человеческими ресурсами в России - отдельная и очень интересная тема, потому что в нашей стране существует сочетание форм и методов управления, типичных для других стран.

Российские принципы управления персоналом - это правила, которые менеджеры должны соблюдать, чтобы сотрудники добивались результатов в своей работе. Эти принципы содержат много элементов. Однако можно выделить основное содержание, сформировавшееся в советское время, и сегодня их актуальность не утратится. Основные принципы:

1. План (определить основное направление развития компании или организации, то есть план рассматривается сотрудниками как перечень задач, которые необходимо решить в будущем).

2. Сочетание централизации и децентрализации (менеджеры на том или ином уровне имеют возможность принимать решения независимо от своих способностей).

3. Научная эффективность (меры управления должны основываться на использовании научных методов и методов).

4. Сочетание прав и обязанностей (в любой организации важно мотивировать сотрудников брать на себя задачи и нести за них ответственность).

5. Принцип поощрения (поощрение является важным фактором успеха сотрудников, поэтому менеджеры должны ввести систему вознаграждений и наказаний).

6. Принцип обратной связи и иерархии (каждая организация представляет собой многоуровневую структуру, и принцип ее работы следующий: первый уровень контролируется вторым уровнем, второй уровень – менеджментом и т. д.).

В любой команде, работающей вместе, есть определенный командный дух. Обычно это полностью зависит от личных целей членов команды и, конечно же, от руководства. Во-вторых, чтобы сотрудники и руководители понимали друг друга, им необходимо научиться формулировать суть своих требований и формулировать задачи подчиненных в соответствии с их целями. Другими словами, управление персоналом - это разновидность психологии. Руководители должны анализировать поведение своих подчиненных и понимать их сомнения и опасения.

Из-за культурных различий, влияющих на разные сферы жизни, методы управления персоналом компаний в разных странах могут отличаться друг от друга. Однако Россия успешно объединила характеристики уникальных методов управления персоналом других стран в своих методах управления персоналом. Это связано с тем, что российские методы управления персоналом по-разному структурированы в компаниях, предприятиях и организациях, потому что все зависит от их позиционирования и статуса. В результате методы управления персоналом в России стали более гибкими.

Особое внимание к работе российских ученых и специалистов в области управления персоналом показывает, что людям всех возрастов очень интересно изучать лучшие практики и технологии.

Понимание сотрудником поставленных целей и наличие общего плана – основа правильной организации совместной работы. Команда должна четко понимать, что сможет справиться с любой задачей.

### **Список использованных источников**

1. Аллавердян, В. Управление экономическим потенциалом промышленного предприятия на основе социально ориентированных инноваций: на примере предприятий сахарной промышленности Воронежской области. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук в 2009 году.

2. Балашов, Ю.К. Оценка персонала является основой кадровой политики иностранных фирм. - Журнал Персонал предприятия. – 2003. – № 9.

3. Брэдик, В. Управление организацией. – Москва: Инфра-М, 1997.

4. Джим Коллинз «От хорошего к великому» (Джим Коллинз «От хорошего к великому»). - Стокгольмская Школа Экономики в Санкт-Петербурге, 2006.

5. Кибанова, А.Я., Дуракова И.Б. Учебник «Управление персоналом» - Издательство «Экзамен», 2005.

6. Кондратьев, В.В., Лунев Ю.А. HR-инжиниринг. Как построить современную модель организации кадровой деятельности. – Москва: Издательский дом «Эксмо», 2007.

7. Лукичева, Л.И. «Управление персоналом». – Москва: Омега Издательский Дом - Л, 2011.

8. Майкл Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури. Основы управления. – Москва: Издательский Дом Дело, 1994.

## PERSONNEL MANAGEMENT IN RUSSIA

**A.Y. Elena, A.I. Valiullina**

*Institute of Digital Technologies and Economics  
Kazan State Power Engineering University,  
Kazan, Russia*

At present, the study of the personnel management system, both as a whole and in its individual areas, is of great interest to Russian researchers. An analysis of the work on this topic will allow us to consider existing problems of human resource management and develop the most optimal methodology for solving problems in the field of creating and optimizing a strategy for managing human capital.

**Key words:** personnel management, human resources, personnel policy development.

**УДК 658.84**

## АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНИК ПРОДАЖ

**Е.А. Ехлакова, А.М. Бакирова**

*Казанский государственный энергетический университет,  
г. Казань, Россия*

Статья посвящена рассмотрению роли и значения использования современных техник продаж, так как организации и технологии продажи товаров на предприятии имеют большое значение для деятельности всего предприятия. Отражены основные элементы процесса продажи товаров, а также изучена технология работы с разными группами потребителей.

**Ключевые слова:** Торговое обслуживание, продажа товаров, потребители, магазин.

В условиях становления рыночных отношений в стране роль торговли значительно возрастает. Торговля становится наиболее стабильной сферой развития рыночных отношений.

Задача коммерции – не только доставить товар конечному потребителю, но и активно влиять на формирование потребительского спроса, что невозможно без качественных бизнес-услуг.

Торговля играет важную роль в экономике страны и является одной из наиболее быстро развивающихся отраслей. Розничная торговля, которая является заключительным этапом многосложного процесса товарооборота, определяет товары промышленного и технического назначения, а также необходимые потребительские товары с точки зрения цены и потребности, то есть то, что являет-

ся индикатором спроса. Именно розничная торговля позволяет не только динамично реагировать на изменения рыночной среды, но и улучшает качество жизни общества, своевременно удовлетворяя потребности каждого из его участников.

Торговое обслуживание представлено совокупностью операций, выполняемых сотрудниками магазина при продаже товаров. В каждой торговой точке она должна быть организована таким образом, чтобы покупатели могли приобрести все необходимые им товары с минимальными затратами времени и с максимальным удобством.

Культура торгового обслуживания - это хорошо организованная реклама, предоставляющая покупателю исчерпывающую информацию о свойствах и качестве товара. Повышение культуры торговых услуг обеспечивает строгую дисциплину, четкость и оперативность в работе, знание сотрудников магазина о товарах и их свойствах; возможность проконсультировать покупателя; красивый дизайн экстерьера и интерьера магазина, аккуратный внешний вид продавца, умение вести себя, быть вежливым, доброжелательным, тактичным.

Существует пять классических или основных этапов продаж, описывающих реализацию товара, в одну встречу:

1. Установление контакт
2. Выявление потребностей.
3. Презентация.
4. Работа с возражениями.
5. Завершение сделки.

Этап 1. Установление контакта. На данном этапе устанавливается взаимодействие между менеджером по продажам и покупателем. О человеке складывается впечатление, формируется установка, определяются роли в последующем взаимодействии.

Этап 2. Выявление потребностей. Этап «Выявление потребностей» - это своеобразная «разведка перед боем». Разведку можно проводить во время боя и даже после боя, но в этом нет смысла. Самая распространенная ошибка менеджеров по продажам - пойти на презентацию, не распознав потребности.

Этап 3. Презентация. Для качественной аргументации менеджеру по продажам необходимо выбрать 3-5 самых сильных преимуществ предложения на основе потребностей, определенных партнером на предыдущем этапе продаж. Отсеивать следует преимущества, не связанные с потребностями партнера, его спецификой.

Этап 5. Работа с возражениями. Возражение - это норма. Возражения возникают в большинстве сделок и на разных этапах. А успешность снятия возражений будет зависеть от следования правилу: «Готовься к возражениям до встречи и обсуждай возражения после презентации».

Рассмотрим классификацию покупателей по цели посещения магазина.

Проводил время в магазине. Такой посетитель действительно далек от желания или намерения совершить покупку. Несмотря на это, он вошел в магазин, так что необходимо использовать его прибытие по максимуму.

2. Приходил поболтать или пожаловаться. Болтун - фигура сложная, так как отвлекает внимание продавца. Он приходит в магазин, как в комнату психо-

логической разгрузки, и сразу начинает говорить на тему «насколько я хорош и / или насколько все плохи».

3. Приходил узнать, что нового в магазине. Любой посетитель, заинтересованный магазином и товарами, которые в нем реализуются, проявляет готовность приобрести на 50 %. Интерес формирует намерение, затем желание и, наконец, желание приобретать. Самое главное в общении с таким посетителем - не напугать и не превратить его интерес в намерение что-то купить в данном магазине.

4. Хотел получить дополнительную информацию, чтобы принять решение о покупке. Это посетитель, которому необходима помощь в окончательном выборе товара. Внимательный и честный продавец легко подведет такого посетителя к готовности купить прямо сейчас.

5. Приходил купить товар, решение, о чем было принято ранее. Это самый желанный из всех посетителей. Это 99 % клиентов, которые готовы покупать прямо сейчас. В этом случае необходимо готовиться к продаже.

На современном этапе развития использование эффективных методов продаж и обслуживания становится законом успешного решения проблемы торговли. Изучение рыночной ситуации, покупательского спроса, возможностей компании поможет определить, в каком направлении следует строить политику продаж, чтобы компания была уверена в стабильности, развитии и получении конкурентных преимуществ.

#### **Список использованных источников**

1. Алексина, С.Б. Мерчандайзинг [Электронный ресурс]: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. – Москва: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 152 с. Режим доступа: [<http://www.znanium.com/>]

2. Баженов, Ю.К. Организация коммерческой деятельности малых и средних предприятий: учебное пособие / Г.Г. Иванов, Ю.К. Баженов. – Москва: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 304 с.

3. Брагин, Л. А. Организация розничной торговли в сети Интернет: Учебное пособие / Брагин Л.А., Панкина Т.В. – Москва: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 120 с.

4. Виноградова, М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Электронный ресурс]: Учебное пособие / М.В. Виноградова, З. И. Панина. - 8-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. – 448 с. Режим доступа: [<http://www.znanium.com/>]

5. Давыдкина, И. Б. Проектирование и организация торгового пространства предприятий розничной торговли и общественного питания: Учебное пособие / Давыдкина И.Б. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 266 с.

6. Дашков, Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебник / Дашков Л.П., Памбухчиянц О.В., - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2018. – 400 с.

7. Жулидов, С.И. Организация торговли: учебник / С.И. Жулидов. – Москва: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2018. – 352 с.

## ANALYSIS OF THE USE OF MODERN SALES TECHNIQUES

**E.A. Ekhlakova, A.M. Bakirova**

*Kazan State Power Engineering University,  
Kazan, Russia*

The article is devoted to the role and significance of the use of modern sales techniques, since the organization and technology of the sale of goods at the enterprise are of great importance for the activities of the entire enterprise. The main elements of the process of selling goods are reflected, as well as the technology of working with different groups of consumers is studied.

**Keywords:** Trade service, sale of goods, consumers, store.

УДК 332.13

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Е.А. Ехлакова, А.Р. Гарипова**

*Институт цифровых технологий и экономики  
ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,  
г. Казань, Россия*

Актуальность использования системы стратегического планирования на предприятии проявляется в повышении конкурентоспособности и создании благоприятных перспектив для долгосрочного присутствия на целевом рынке.

**Ключевые слова:** стратегическое планирование, этапы стратегического планирования, цели, анализ, статус, миссия.

Стратегическое планирование – это функция управления, которая лежит в основе принятия решений компанией, контроля за долгосрочными планами и формирования мотивации. Процесс планирования помогает менеджерам определить, какие действия компания должна предпринять в настоящее время для достижения ожидаемых целей в будущем.

Этапы стратегического планирования показывают как будет распределяться ресурс компании, как произойдет её адаптация к изменяющимся условиям окружающей среды и какое влияние это окажет на сотрудников. Все этапы позволяют осознанно подходить к развитию компании и не полагаться на интуицию.

Этапы планирования:

1) Постановка цели. Она отражает миссию компании. Формирование миссии компании дает субъектам внешней среды общее представление о том, что собой представляет организация, к чему она стремится, какие средства готова использовать в своей деятельности, какова ее философия [1].

2) Утверждение статуса. Он основывается на миссии организации. На данном этапе формируют основное направление работы и создают руководящие принципы для будущего планирования.

3) Анализ среды, включающий в себя анализ возможностей, сильных и слабых сторон компании. Эта информация необходима для планирования, основанного на реалиях компании.

4) Определение стратегии – это принятие решений о том, как и в каком направлении должна развиваться организация, какое место будет занимать на рынке и т.д. Разработка стратегии предполагает ряд организационных действий и управляющих подходов, используемых для достижения организационных задач и целей организации [2]. Оценка и контроль реализации стратегии являются завершающим процессом того, какие объекты и по каким показателям проверять.

Для реализации стратегии руководство должно обладать глубоким пониманием внутренней и внешней среды организации.

Под внутренней средой понимается экономический отдел компании, включающий в себя механизм управления, направленный на оптимизацию научно-технической и производственно-сбытовой деятельности предприятия.

Исследование внутренней среды организации проводится по ряду функциональных направлений: кадровое, организационное, производственное, финансовое.

Кадровая область внутренней среды охватывает такие процессы, как: взаимодействие руководителей и работников, наем и обучение персонала, оценка результатов труда.

Организационная область включает в себя коммуникационные процессы, нормы, правила, распределение прав и обязанностей, иерархию подчинения.

Производственная зона включает в себя процессы, связанные с производством продукции, управлением складом, работой с исследованиями и разработками.

Финансовая область включает в себя процессы, связанные с обеспечением эффективного использования и движения денежных средств в организации.

Под внешней средой организации понимают сферу, в которой компания осуществляет свою жизнедеятельность. Она представляет собой совокупность факторов влияния вне организации на ее деятельность. Анализ внешней среды осуществляется оценкой общих изменений состояния экономики, каким образом то или иное изменение её состояния окажет воздействие на компанию. Организация не имеет возможности влиять на внешнюю среду и для эффективной деятельности должна уметь приспосабливаться к ней, неустанно следить за её изменениями, прогнозировать и вовремя реагировать.

Стратегическое планирование необходимо для развития компании, оно помогает разработать определённый план управленческих действий по выполнению миссии предприятия и достижению поставленных целей, что помогает прогнозировать возможности и избежать рисков. В рамках стратегического планирования выявляют, как компания может выделиться среди конкурентов и за счет каких преимуществ займет свою нишу на рынке.

#### **Список использованных источников**

1. Ружанская, Л.С., Якимова Е.А., Зубакина Д.А // Стратегический менеджмент: учебное пособие Екатеринбург: Изд-во Урал. Ун-та, 2019. – 112 с.

2. Ярунина, Т.А. Теоретические основы разработки стратегии развития организации / Т.А. Ярунина // Актуальные исследования. – 2020.



3. Цели Фирмы и управления на их основе. Миссия и цели организации. Информационный портал. [Электронный ресурс]. URL: <http://market-pages.ru/cel/5.html> (дата обращения: 14.11.2021).

4. Что такое стратегическое планирование и как его разработать для своего бизнеса [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.calltouch.ru/chto-takoe-strategicheskoe-planirovanie-i-kak-ee-razrabotat-dlya-svoego-biznesa/> (дата обращения: 14.11.2021)

5. Стратегическое планирование. Понятие и этапы стратегического планирования [Электронный ресурс]. URL: <http://www.stplan.ru/articles/theory/strplan.htm> (дата обращения: 14.11.2021).

## STRATEGIC PLANNING OF THE COMPANY'S ACTIVITIES

**E.A. Yekhlakova, A.R. Garipova**

*Institute of Digital Technologies and Economics  
Kazan State Power Engineering University, Kazan, Russia*

The relevance of using the strategic planning system at the enterprise is manifested in increasing competitiveness and creating favorable prospects for long-term presence in the target market.

**Keywords:** strategic planning, stages of strategic planning, goals, analysis, status, mission.

УДК 338.12.017

## АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ ПОНЯТИЙ «РИСК» И «НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ»

**Е.А. Ехлакова, И. Закиров**

*Институт цифровых технологий и экономики  
ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,  
Казань, Россия*

В статье рассматриваются основные существующие подходы к определениям понятий «риск» и «неопределенность». Также были выделены составляющие элементы риска и установлена связь между риском и неопределенностью.

**Ключевые слова:** риск, неопределенность, природа риска, ситуация риска, концепция объективной вероятности, концепция субъективной вероятности.

С формированием рыночных отношений конкуренция становится все более важной темой, и у предприятий появляется ещё больше возможностей для успешной работы. Чтобы добиться успеха, любым компаниям нужна ликвидность, поиск свежих и уникальных решений, а также готовность внедрять технологии и технологические инновации, напрямую связанные с рисками и неопределенностями. Из-за формирования рыночных отношений корпоративное финансовое участие по-прежнему считается источником неопределенности и риска, например, как желание одного финансового посредника соотносится со свободой других финансовых посредников.

Неспособность компании сделать мудрые выводы о рисках и неопределенностях и адаптироваться к рыночным условиям считается ключевой предпосылкой для снижения вероятности банкротства. Проверка финансового содержания неопределенности и риска зависит от учета этих моментов при принятии решений на основе рыночных стандартов на всех уровнях экономики [4].

Неопределенность в процессе принятия решения всегда выступает как характеристика взаимоотношений между объектом управления и контролирующим субъектом, а также характеристика стандарта, сопровождающего процесс принятия решения. Большое количество исследований связано с изучением процессов принятия решений в условиях неопределенности и риска. Их главный недостаток заключается в нечетком разграничении понятий «риск» и «неопределенность».

При принятии решения некоторые условия всегда неоднозначны. Поэтому практически все решения принимаются в неопределенных условиях. Неопределенность в процессе принятия решений также является признаком взаимоотношений между объектом управления и субъектом управления, а также признаком сопутствующих условий в процессе принятия решений [2].

Отсутствие этого различия приведет к использованию методов уменьшения неопределенности, которые не предназначены для этой цели. В результате выявления неопределенности и риска широко используются вероятностные методы описания и анализа неопределенности.

Однако только при работе с однородными событиями с качественными свойствами вероятностные методы могут получить результаты, близкие к реальности. Если нет статистической однородности, то использование классической вероятности не даст ожидаемых результатов [1].

Рассмотрим существующие методы понимания категории «риск». Сегодня нет четкого объяснения природы риска. Это особенно связано с несоблюдением экономических законов на практике и фактического управления экономикой. Анализ методов понимания риска выявляет тесную взаимосвязь между риском, вероятностью, потерями и неопределенностью. Следовательно, для наиболее точного раскрытия категории «риск» необходимо дать определение таким понятиям, как «вероятность», «убыток» и «неопределенность», поскольку именно эти явления составляют основу риска.

Рассмотрим понятие «вероятность». Вероятность используется для количественной оценки рисков и указания степени, в которой могут возникнуть неблагоприятные ситуации или последствия. Понятие «вероятность» связано с понятием «частота событий» [3].

Предполагая, что вероятность является субъективной, объективной или субъективно-объективной, есть три основных точки зрения. Фактически, разные лица, принимающие решения, могут по-разному оценивать одни и те же условия принятия решений: одни благоприятны, другие – неблагоприятны. Но все это субъективно. У риска есть объективная сторона: из-за вероятностной природы многих процессов, знают они об этом или нет, риск существует.

Концепция объективной вероятности основана на интерпретации концепции вероятности как значения максимальной частоты бесконечного числа экспе-

риментов и оценки вероятности путем вычисления частоты возникновения события [5].

Точность измерения объективных возможностей зависит от масштаба статистических данных и способности применять их к будущим событиям, то есть от стандартов, которыми эти действия поддерживаются.

Однако во многих случаях статистика частоты появления историй может быть вообще недоступна при принятии решения. В этих стандартах используется второй метод, который измеряет потенциал события на основе личных выводов лица, принимающего решения.

Главной составляющей риска считается негативное событие, имеющее прямое отношение к понятию «убыток». Убыток - это результат случайных событий, которые негативно влияют на решение. Есть прямые и косвенные затраты. Прямые убытки считаются прямыми последствиями выполнения рисков, а косвенные убытки считаются косвенными последствиями выполнения рисков, которые могут проявляться в уменьшении доходов или возникновении затрат [6].

Суть неопределенности заключается в том, что при наличии неограниченного числа возможных событий осуществимость каждой меры не может быть оценена. В такой жизненной среде выбор выводов во многом зависит от личных склонностей и предпочтений лица, принимающего решения. Рассмотрим, что означает термин «неопределенность».

Наиболее частая ошибка – определение термина «неопределенность» как отсутствие полной информации о конкретном объекте управления или условиях, при которых реализуется решение.

Основные недостатки этого метода заключаются в том, что, во-первых, неопределенность связана только с неточностью и недостаточностью информации, на которой основано решение, а во-вторых, неопределенность рассматривается только как условие, на котором основан процесс принятия решения. Фактически, неопределенность – это не только условие, но и атрибут процесса, который включает как объективные, так и субъективные аспекты.

Незнание объекта принятия решения или параметрического состояния окружающей среды – не единственный источник неопределенности. В источнике также может быть выделена неоднозначность цели и может быть подчеркнута неоднозначность критериев выбора решения.

В абсолютно неопределенных условиях необходимо понимать, что оценка вероятности того или иного вывода абсолютно неуместна из-за неполной или недостоверной информации, влияния случайных событий во внутренней и внешней среде и неполноты. Учет всей актуальности и резкое ухудшение качества информации [7].

При рассмотрении критериев реализации выводов неопределенность можно систематизировать следующим образом: абсолютная неопределенность; вероятностная неопределенность; лингвистическая неопределенность; интервальная неопределенность; абсолютная неопределенность.

Среда, которая способствует вынесению суждения на основе критерия вероятности и неопределенности, считается историей суждения в критерии риска, то есть среда риска считается особым случаем истории неопределенности.

Риск считается опасной средой, поэтому повышенная неопределенность может повлечь за собой большие риски. В этом случае мы можем говорить о причинно-следственной связи между неопределенностью и риском, когда результаты вполне могут повлиять на гипотезу, которая их породила.

Определение понятий «риск» и «неопределенность» может более четко представить их системные проблемы, что еще больше упрощает процесс включения неопределенности в процесс принятия управленческих решений.

Подводя итог, стоит отметить, что риск – это сложное понятие, которое содержит основу неопределенности и тесно связано с вероятностным процессом.

### **Список использованных источников**

1. Алтунин, А.Е. Модель принятия решений и алгоритм в нечетких условиях / А. Е. Алтунин, М. В. Самухин. – Тюмень: Тюменское изд-во. Университет, 2000. – 352 с.
2. Гращенко, Н.Ю. Особенности управления сложной производственной системой в условиях неопределенности / Н.Ю. Гращенко, В.Р. Огороков. –СПб .: Издательство Политехнического института. Университет, 2006. – 147 с.
3. Гранатуров, В.М. Экономический риск: сущность, метод измерения, метод редукции / В.М. Гранатуров. – Москва: Бизнес и услуги, 2010. – 160 с.
4. Малакишна, Н.Н. Управление рисками / Н.Н. Малакишна, О.С. Белокурова. – Ростов н / д: Феникс, 2004. – 320 с.
5. Neumann J–von. Теория игр и экономическое поведение: пер. С англ. / Дж. Фон Нейман, О. Монгенштерн. – Москва: Экономика, 1970. – 572 с.
6. Трухаев, Р.И. Модель принятия решений в условиях неопределенности / Р.И. Трухаев. – Москва: Наука, 1981. –258 страниц.
7. Шутов, В.С. Управление рисками на предприятии: учебник. Учебное пособие / В.С. Шутов, С.М. Васинг. – Москва: КНОРУС, 2010. – 304 с.

### **ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN THE CONCEPTS OF «RISK» AND «UNCERTAINTY»**

**E.A. Yehlakova, I. Zakirov**

*Institute of Digital Technologies and Economics  
Kazan State Power Engineering University,  
Kazan, Russia*

Existing approaches to risk and uncertainty concepts are considered. Risk components are emphasized. The connection between risk and uncertainty is given.

**Key words:** risk, uncertainty, nature of risk, situation of risk, concept of objective probability, concept of subjective probability.

## SCADA-СИСТЕМЫ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

А.Р. Казиханов

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,  
г. Казань, Россия*

В данной статье рассмотрены информационные системы организации и управления производством, а также проанализированы возможности современных программных продуктов SCADA.

**Ключевые слова:** SCADA-системы, диспетчерское управление и сбор данных, возможности SCADA.

Диспетчерское управление и сбор данных (SCADA – Supervisory Control And Data Acquisition – система сбора данных и оперативного диспетчерского управления) является основным и в настоящее время остается наиболее перспективным методом автоматизированного управления сложными динамическими процессами в жизненно важных и критичных с точки зрения безопасности и надежности областях. Именно на принципах диспетчерского управления строятся крупные автоматизированные системы в промышленности и энергетике, на транспорте, в космической и военной областях, в различных государственных структурах. SCADA – процесс сбора информации реального времени с удаленных точек для обработки, анализа и возможного управления удаленными объектами. Требование обработки реального времени обусловлено необходимостью доставки всех необходимых событий центральный интерфейс оператора.

В процессе работы промышленных предприятий уже достаточно давно применяются системы управления, но все развивается, и прогресс в науке ежегодно демонстрирует новые технологии, применение которых переворачивает обычное представление о подобных системах.

На сегодняшний день SCADA-системы дают возможность находить решения таких типовых задач как:

- демонстрация информации по запросу оператора с последующим выводом на экран монитора информации о состоянии технологического процесса и оборудования в данный момент времени, представляемой в виде инфографики;
- прием, сохранение, хронометрирование информации о контролируемых технологических параметрах от контроллеров и датчиков;
- обмен данными с автоматизированной системой управления предприятием.
- автоматическое управление производственным процессом в соответствии с определенными алгоритмами и технологическими стандартами;
- фиксирование событий, взаимодействующие с наблюдаемым технологическим процессом и действиями персонала, отвечающего за эксплуатацию и обслуживание системы;

- оповещение эксплуатационного и обслуживающего персонала об зафиксированных аварийных событиях.

Существует единый круг задач при разработке систем автоматизации, поэтому базовый набор функций в SCADA-системах одинаков. Одними из базовых функций, позволяющих исполнить единый проект по автоматизации является:

- SCADA-системы позволяют вести архив измерений, событий и аварийных ситуаций, происходящих на промышленном предприятии, с фиксацией изменений информации в аналитическом окне.

- Составление алгоритмов на упрощённом языке управления технологическим процессом и математических вычислений.

- Поддержка языков программирования: Visual C++, VBA.

- Наиболее важная функция SCADA-систем – набор средств защиты от несанкционированного доступа к файлам и компонентам.

Все комплексы применяющие системы автоматизированного управления востребованы в данных системах, потому, что современные SCADA-системы имеют высокий потенциал и перечень возможностей для использования их в качестве интеграционного звена между уровнями конкретного управления объектами и анализа производственного процесса. Применяя возможности операционной системы, открытые интерфейсы взаимодействия программ, SCADA-системы позволяют эффективно производить процесс демонстрации оперативных данных в приложениях пользователей, где они структурируются, идентифицируются и анализируются.

#### **Список использованных источников**

1. Закиева, Л.Р., Васильева М.Ю., Вестник КГТУ, 16, 8, 287-289 (2009).
2. А. В. Герасимов, Вестник КНИТУ, 17, 10, 156-158 (2014).
3. Куцевич, Н.А. SCADA-системы, или муки выбора [Электронный ресурс] / Надежда Куцевич. – Москва. – Режим доступа: <http://www.asutp.ru>, свободный. - Загл. с экрана.
4. Конюх, В.Л. Компьютерная автоматизация в промышленности / В.Л. Конюх. – Москва: Издательство «Бестселлер», 2006. – 237 с.
5. Журнал «ИСУП» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.isup.ru/articles/2/243/>, свободный.

### **SCADA SYSTEMS AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE INDUSTRIAL COMPLEX OF THE RUSSIAN FEDERATION**

**A.R. Kazikhanov**

*Kazan State Power Engineering University,  
Kazan, Tatarstan*

This article examines the information systems of organization and production management, as well as analyzes the capabilities of modern SCADA software products.

**Key words:** SCADA systems, supervisory control and data collection, SCADA capabilities.

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКОНСТРУКЦИИ ЗДАНИЙ ПРИ ПОМОЩИ BIM-ТЕХНОЛОГИЙ

А.Р. Казиханов

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,  
г. Казань, Россия*

В данной статье описана экономическая эффективность использования технологий информационного моделирования в строительной отрасли определены возможности использования BIM-технологий.

**Ключевые слова:** BIM-технологии, реконструкция, проектирование, информационное моделирование.

На сегодняшний день при моделирование зданий и сооружений активно внедряются BIM-технологии. BIM – это трехмерная технология автоматизированного проектирования, которая может создать наглядную модель зданий, в которой будут соблюдены все необходимые параметры проекта.

На стадии проектирования BIM-решения должны давать возможность осуществления:

- создания 3D-информационной модели;
- соединения всех секций информационной модели (архитектура, конструкции, сети) в комбинированную модель;
- исправления ошибок визуального моделирования в комбинированной модели;
- анализа пересечений элементов и обнаружения коллизий, с возможностью переработки проектных решений (например, пересечение трубопроводов со стенами должно выполняться в специальных проемах);
- установления пространственно-временных ошибок сравнением графика производства строительных работ (3D и 4D модели);
- переноса модели на строительную площадку с увеличением уровня детализации.

На строительной площадке BIM-решения должны давать возможность осуществления генеральным подрядчиком и другими участниками строительства:

- Тестирования исполнения модели;
- Сравнения фактических конструкций и конструкторскими решениями;
- Выполнения необходимых регулировок информационной модели использованием мобильного приложения на протяжении строительства;
- Верификации области моделирования;
- Выполнения регулярного лазерного сканирования, обеспечивающего для этой модели регулирование в соответствии с фактическим объектом строительства (в том числе регистрацию инженерных сетей, скрытых за конструкциями и производство соответствующих изменений);
- Выполнения необходимых регулировок информационной модели использованием мобильного приложения на строительной площадке.

Использование BIM-технологии на стадии строительства позволит избежать некоторых ошибок, приводящих к удорожанию строительства и срыву сроков. Например, на некоторых объектах имели место ошибки ППР, в результате которых приходилось дополнительно использовать мощный автокран с большой стоимостью машино-смены и специальной подготовкой места для его стоянки (устройство основания и площадки из дорожных плит).

Визуальная модель последовательности выполнения строительных работ создается для того, чтобы проектировщики, подрядчики и даже владельцы смогли проанализировать весь процесс и принять необходимые эффективные решения по его реализации. Создавать 4D-модели можно как для всего проекта в целом, так и для отдельных его частей, представляя проект в виде отдельных моментов времени. При этом любые корректировки плана или 3D-модели отражаются и в самой визуальной модели

Таким образом, результаты работы проявляются в виде корректной проектной документации, хранение информации происходит на единой платформе, что способствует улучшению обмена информацией и взаимодействию между участниками строительных и инвестиционных проектов. Также приводит к повышению экономической эффективности реализации проектов, в том числе снижению стоимости строительства зданий и сооружений. Кроме того, уменьшается количество запросов на доработку информации, а также количество изменений на объекте, что также позволяет снизить затраты. Все это в целом говорит об экономической целесообразности внедрения BIM и их позитивной направленности.

#### **Список использованных источников**

1. Айриг, А. Подготовка цифровых изображений для печати. – Москва, 2017.
2. Жаркова, К.С., Абрамова Д.Д. Статистика применения информационно-компьютерных технологий в РФ // Сборник научных статей международной научно-практической конференции 1–2 февраля 2018 г., Санкт-Петербург. СПб., 2018.
3. Ярославский, Л.П. Введение в цифровую обработку изображений. – Москва, 2017.
4. Сметчик, Р.Ф. Цифровое строительство. URL: <https://www.сметчик.рф/articles/interesnye-1/cifrovoye-stroitelstvo-poetapnoe-vnedrenie-v-stroitelnyuyu-otrasl>

### **ECONOMIC EFFICIENCY OF BUILDING RECONSTRUCTION USING BIM TECHNOLOGIES**

**A.R. Kazikhanov**

*Kazan State Power Engineering University,  
Kazan, Tatarstan*

This article describes the economic efficiency of using information modeling technologies in the construction industry and identifies the possibilities of using BIM technologies.

**Key words:** BIM technologies, reconstruction, design, information modeling.



## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ В РЕКЛАМЕ

П.С. Калинин<sup>1</sup>

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена влиянию психологических аспектов в рекламной индустрии, способствующих активному росту продаж. В ней дается описание разных психологических деталей. А также рассказывается о том, как создать качественное рекламное сообщение.

**Ключевые слова:** психологические аспекты, реклама, психология, рекламное сообщение, рекламный ролик, человеческое восприятие, потребитель, эмоциональное восприятие, эмоциональные факторы.

На сегодняшний день реклама – это важнейший инструмент продвижения продукции для каждой компании. Этот набор слов и графических образов оказывает сильное влияние на потребителя. Именно от этих аспектов зависит, захочет ли покупатель приобрести данный продукт или нет. Поскольку от популяризации продукта зависит ее продаваемость, каждая компания заинтересована в качественной рекламе.

Создавая рекламный ролик, необходимо помнить о человеческом восприятии. Какую-то информацию он воспринимает с легкостью, а какую-то с трудом. Об этом обязательно стоит помнить. В классической рекламе существует несколько основополагающих принципов, соблюдение которых сделает рекламу достаточно успешной. Первое - реклама должна содержать уникальное торговое предложение. Уникальное торговое предложение - это то, что выгодно отличает рекламируемый товар. Во-вторых, необходимо помнить, что назначение рекламы - создать у покупателя определенное представление о потребительских свойствах товара. Поэтому необходимо не просто представить товар, но и постараться более полно раскрыть его выгоды. В-третьих, необходимо постоянство воздействия рекламы. Но у этого принципа могут быть свои издержки. Если реклама сделана недостаточно профессионально и не вызывает интерес у зрителя, то, кроме раздражения, такая реклама, ничего не будет вызывать. Заключительный принцип - постараться не перегружать рекламу. При ее восприятии потребитель способен запомнить немного. Реклама должна выглядеть компактно.

Хорошая реклама должна вызывать сильные эмоции, будь то шок, страх, радость или негодование. Соответственно встает вопрос о психологических аспектах рекламы. При изучении психологических аспектов рекламной деятельности обязательным является анализ возникновения эмоционально окрашенного отношения к рекламе.

Как известно, кроме зрительной памяти у людей неизменной остается эмоциональная память, которая действует по принципу: приятно – неприятно, нравится – не нравится. Рекламные материалы неизбежно навевают неосознава-

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

емые эмоциональные образы [2]. Любой рекламный видеоклип не просто дает определенную информацию, но и представляет собой эмоционально окрашенную ситуацию, которую зритель лично переживает в момент просмотра

Говоря о психологических аспектах рекламы, необходимо также рассмотреть такое важное и распространенное явление в современной рекламе как внушение. С внушением мы встречаемся почти каждый день в течении своей жизни: все наше воспитание в большей степени базируется на внушении, чем на убеждении. Внушение – это влияние одного сознания на другое, когда последнее претерпевает изменения без вынуждения извне и разумного рассуждения. Таким образом, происходит изменение установки бессознательного, что может привести в перспективе к изменению поведенческой модели общества. Такой процесс воздействия на психику человека связан со снижением сознательности и критичности при восприятии внушаемого содержания, не требующий ни развернутого логического анализа, ни оценки [2]. Внушение совершается, чтобы сформировать конкретное состояние или инициировать конкретные действия. Смысл внушения заключается в влиянии на чувства человека, а посредством них на его разум и независимость. Можно предположить, что ход внушения зависит от того, насколько снижен контроль сознания над принимаемой информацией.

Поговорим о рекламных сообщениях, создающих положительные эмоции, такие как радость или счастье. Покупатель, увидев данную рекламу получает положительный эмоциональный заряд. Используя эмоцию счастья или любви, создатели рекламы создают положительное отношение к продуктам и представление о высоком качестве [1]. Юмор также относится к позитивным эмоциональным апелляциям и вызывает приятное состояние. Однако это не означает, что юмористическая реклама автоматически становится эффективной. Это зависит от типа юмора, средств рекламы и степени контакта клиента с брендом. Юмор в рекламе не только привлекает внимание, но и помогает создать позитивные отношения с клиентом. Такая реклама создаёт вау-эффект у покупателя. Использование юмора станет ошибкой, когда потенциальный клиент запомнит рекламное объявление, потому что оно юмористическое, но никак не свяжет его с предлагаемым ему товаром. Чувство юмора сильно различается у людей и зависит от принадлежности к определённой социальной группе, религиозности, возраста и пола. Специфический юмор может обидеть или оскорбить покупателя. Поэтому стоит аккуратно использовать его в рекламе [1].

Также поговорим о негативных эмоциях в рекламе. Основной посыл таких сообщений в том, чтобы вызвать в сознании угрозу неблагоприятных событий, если своевременно не обзавестись данным продуктом. Задача отрицательных эмоций побуждать человека к действию [4]. В рекламе про страх выделяют следующие виды риска:

1. Телесные повреждения (например, полная безопасность в автомобиле при дорожно-транспортном происшествии).

2. Бесплезная трата времени (например, долгое по времени мытьё посуды «неправильным» средством).

3. Социальная изоляция (например, отсутствие социальных контактов из-за плохого запаха во рту).

4. Финансовые потери (например, безденежье в старости при отсутствии страховых пенсионных вкладов).

5. Потери будущих возможностей (например, нельзя проехать по бездорожью на обычном легковом автомобиле).

В рекламе, основанной на страхе, главное – это создать у получателя такое количество страха, которое заставило бы обратить на неё внимание и положительно повлиять на покупку. Если реклама вызовет много страха, то она будет проигнорирована потенциальными клиентами, и они будут считать, что с угрозой ничего не поделаешь или делать вид, что её просто не существует [3]. Такая реклама является эффективным маркетинговым инструментом в некоммерческих социальных компаниях. [5, 6]

Подводя итог, следует отметить, что сфере рекламы очень важны психологические аспекты. Сообщения, подающие эмоции динамично, остаются надолго в памяти и получают положительный отклик. Эмоциональная реклама способствует эффективному росту продаж. Она воздействует на подсознание клиента и побуждает его покупать под влиянием эмоциональных факторов.

### Список использованных источников

1. Татаринцов Константин Анатольевич, Белых Екатерина Родионовна, Филатенко Евгений Александрович // Психологические аспекты эмоциональной рекламы, 2020.
2. Горностаева И.Н. Психологические аспекты и критерии психологической эффективности социальной рекламы в процессе изучения ее влияния на потребителей, 2016.
3. Шамис В. А. Психологические аспекты рекламы.
4. Смык Юлия Викторовна. Социально-психологические аспекты использования агрессии в рекламе, 2014.
5. Леонов, С.А. Принципы эффективной презентации и продвижения бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).
6. Леонов, С.А. Применение методики деловых игр в управлении бизнес-проектами // Дневник науки. 2021. №1 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/1/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 02.02.2021).

## THE USE OF PSYCHOLOGICAL ASPECTS IN ADVERTISING

**P.S. Kalinin**

*FSBEI HE»St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

Psychological aspects, advertising, psychology, advertising message, commercial, human perception, consumer, emotional perception, emotional factors. This article is devoted to the influence of psychological aspects in the advertising industry that contribute to the active growth of sales. It describes various psychological details. It also tells you how to create a high-quality advertising message.

**Key words:** psychological aspects, advertising, psychology, advertising message, commercial, human perception, consumer, emotional perception, emotional factors.

## ПРОБЛЕМА ОРГАНИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОГО КИНОПРОКАТА В УСЛОВИЯХ ПРОТИВОЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКИХ ОГРАНИЧЕНИЙ

П.С. Калинин<sup>1</sup>

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена проблеме влияния на киноиндустрию серьезных финансовых потерь, связанных с пандемией «COVID-19», а также на принятие результативного решения для исправления этой ситуации.

**Ключевые слова:** кинопрокат, киноиндустрия, цифровая трансформация, рынок кинопроизводства, доход от кинопроизводства.

В начале 2020 года весь мир столкнулся с пандемией «COVID-19». Особо сильно это повлияло на сферу услуг и развлечений. В частности, на киноиндустрию. По всему миру были закрыты кинотеатры и отменены фестивали, а премьеры фильмов перенесены на более поздний срок. Все это негативно сказалось на доходах от кинопроизводства. Исходя из планового тренда кассовые сборы от кинотеатрального проката на начало сентября 2020 г. должны были составить 38,5 млрд руб., а фактически составили всего 16,7 млрд руб. То есть рынок кинопроката за 8 месяцев 2020 г. потерял 21,8 млрд руб.

Рынок кинопоказа в кинотеатрах рухнул. На заседании Совета при президенте Российской Федерации по культуре и искусству, который был проведен Президентом РФ В. В. Путиным 27 октября 2020 г. в режиме видеоконференции, констатировалось, что относительная стабильность в кинопоказе может восстановиться лишь к середине 2021 г. Полноценное восстановление кинематографической отрасли произойдет еще позже [3]. То есть состояние рынка в 2020 г. должно анализироваться отдельно, как кризисное. Многие аналитики склоняются к тому, что индустрию развлечений ждет рецессия. Крупные киностудии, такие как «Фонд кино», «Marvel», «Netflix», «Warner Bros.» и др. ожидает череда увольнений (особенно в категории неквалифицированных рабочих, ассистентов и т.д.) и закрытий, компании совсем не защищены от последствий, их суммарные убытки могут быть колоссальными.

Любой кризис – это время для обновлений. Это ждет и киноиндустрию. Основным решением данной проблемы может являться цифровая трансформация. Цифровизация сферы кино и телевидения уже внесла существенные изменения в киноиндустрию. С каждым днем все больше растет спрос на онлайн-кинотеатры, которые составляют серьезную конкуренцию кинотеатрам не только потому, что зритель имеет возможность смотреть любимые фильмы, не выходя из дома, но и потому, что все большее количество цифровых платформ начинают работать над собственным эксклюзивным контентом [4].

В стандартном виде кинопроката зрителям необходимо выйти из дома, прийти в кинотеатр, купить билет, зайти в зал и посмотреть желаемый фильм. Но

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

с появлением онлайн-кинотеатров, в этом нет необходимости. Зритель может в любое время открыть приложение, выбрать понравившийся фильм и посмотреть его, не выходя из дома. Кроме того, в условиях противоэпидемиологических ограничений этот процесс куда более удобен, как для зрителя, так и для прокатчика.

Онлайн-кинотеатры – это очень перспективная сфера для будущего развития и получения прибыли [4]. В настоящее время пользователь Интернета имеет возможность выбрать актуальный контент, отвечающий и предпочтениям индивидуума, и современным тенденциям в обществе. Цифровая трансформация и ее динамичное развитие способствует активному росту и развитию новых отраслей, а также монетизации их продуктов [5]. Чаще всего продукты, созданные в процессе интеллектуальной деятельности, потребляются не только в рамках национального рынка, но и активно внедряются в мировой рынок, что в свою очередь приводит к существенному увеличению доходности отрасли. Большая часть контента предоставляется на бесплатной основе, что является основным привлекательным моментом для потребителя. Однако все онлайн кинотеатры, предоставляя бесплатный доступ к просмотру, зарабатывают за счет рекламы. Сегодня, рекламная модель монетизации одна из самых быстро развивающихся. За последние два года, объем рынка видео рекламы в России вырос более чем на 20 %.

Однако основной тенденцией рынка онлайн-кинотеатров является все большее увеличение роли платного контента [5]. Несмотря на активные темпы роста платной модели, рекламная модель не исчезнет, так как одни из крупнейших онлайн-видеосервисов, такие как YouTube и Mail.ru ориентированы, прежде всего, на рекламную выручку. Несмотря на высокую концентрацию на рынке онлайн-видеосервисов, быстрый рост привлекает все новых участников на рынок. В первую очередь рынком заинтересовались крупнейшие телекомпании и IT бизнес.

Однако онлайн-кинотеатры имеют недостатки. Ключевой проблемой в данной сфере является пиратство. Государство ведет недостаточную борьбу в этом направлении. Поэтому было бы целесообразно форсировать принятие меморандума об охране исключительных прав в Интернете на государственном уровне. В результате реализации данного предложения появится возможность привлечь Роскомнадзор к регулированию данной сферы, и незначительные правообладатели смогут блокировать нелегальные ссылки, что позволит расширить список компаний, блокирующих нелегальный контент [1]. Наиболее эффективными мерами в борьбе с пиратством стали совместные усилия крупнейших правообладателей. Однако, крупнейшие игроки на рынке онлайн-кинотеатров, выделяют еще одну ключевую проблему, решение которой может увеличить доходы рынка в несколько раз. Такая проблема связана с установленными «цифровыми окнами» в показе фильмов. Сегодня разрешено показывать новинку проката на онлайн-платформе, только через 3-4 недели, после премьеры в кинотеатрах страны. Ограничение для иностранных картин еще выше, размещать на онлайн-платформе зарубежные новинки можно не ранее чем через 16 недель после официального выхода в стране. Такие ограничения, в первую очередь, приводят к росту пиратского контента в сети, а также сильно влияют на доходы онлайн-кинотеатров. Всего за несколько лет существования, рынок онлайн-кинопродукции не только успешно зарекомендовал себя, но и успел разрастись до крупных масштабов. Темпы роста рынка с каждым годом только возрастают, что говорит нам о сильнейшем влиянии данного рынка на экономику страны в целом. Не будем забывать о социальной значимости кино и теле-контента. Государство заинтересованно в воспитании нового

поколения зрителей, что также влияет на темпы роста и развития рынка онлайн-кинотеатров [2, 6, 7].

Подводя итоги, следует отметить, что киноиндустрия несет большие убытки от пандемии «COVID-19». И главным помощником в решении этой проблемы может выступить онлайн-кинопрокат. Однако данная информация дает нам понять, что в этой деятельности есть свои проблемы, такие как: пиратство, «цифровые окна» и т.д. Но можно прийти к выводу, что эти трудности вполне решаемы, и в скором времени могут быть исправлены. Такой инструмент может спасти киноиндустрию в разгар пандемии.

### Список использованных источников

1. Акопян Анна Рубеновна, Аракелян Артур Мовсесович, Воронцова Юлия Владимировна, Крысов Виктор Владимирович // Оценка подходов к регулированию цифрового кинопроката, 2021.

2. Акопян, А.Р., Аракелян А.М., Воронцова Ю.В., Крысов В.В. (2021). Исследование влияния факторов на контент российских федеральных каналов в условиях цифровизации // Вестник университета. № 1. С. 134–141. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-1-134-1413>. Гончаренко К.В. Факторы и условия принятия управленческих решений / К.В. Гончаренко // Мировая наука. 2020. № 1(4). С. 158-160.

3. Скобелев Владимир Леонидович // Анализ состояния Российского рынка кинопродукции / Петербургский экономический журнал, 2020, с. 105-115.

4. Акопян Анна Рубеновна, Аракелян Артур Мовсесович, Воронцова Юлия Владимировна, Крысов Виктор Владимирович // Проблемы цифровой трансформации кинопроката, 2021.

5. Березина, А.Д. // Развитие рынка онлайн-видеосервисов в экосистеме цифровой экономики, 2019.

6. Леонов, С.А. Принципы эффективной презентации и продвижения бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

7. Леонов, С.А. Применение методики деловых игр в управлении бизнес-проектами // Дневник науки. 2021. №1 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/1/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 02.02.2021).

### THE PROBLEM OF ORGANIZING EFFECTIVE FILM DISTRIBUTION IN CONDITIONS OF ANTI-EPIDEMOLOGICAL RESTRICTIONS

**P.S. Kalinin**

*FSBEI HE»St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article is devoted to the problem of the collapse of serious financial losses associated with the Covid-19 pandemic on the film industry, as well as the adoption of effective solutions to remedy this situation.

**Key words:** film distribution, film industry, digital transformation, film production market, income from film production.

## ОЦЕНКА ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

О.С. Калинина

*Самарский университет государственного управления  
«Международный институт рынка»,  
г. Самара, Россия*

В статье проводится оценка ликвидности и платежеспособности ПАО «ММК». Выявляются положительные стороны, а также проблемы в структуре баланса предприятия, оценивается эффективность управления риском ликвидности.

**Ключевые слова:** ликвидность, платежеспособность, коэффициент, структура баланса.

Анализ ликвидности и платежеспособности является важной частью комплексной оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия [3]. При его проведении оценивается возможность фирмы вовремя и полностью расплачиваться по своим обязательствам.

Под ликвидностью понимается способность различных активов быстро превращаться в денежные средства с целью расплатиться ими по обязательствам, которые имеются у фирмы в пассиве баланса [2].

Платежеспособность предприятия – это способность фирмы отвечать в срок и полностью на требования кредиторов.

Платежеспособность предприятия зависит от сбалансированности баланса, наличия у организации достаточного количества активов, которых можно привлечь для расчета с кредиторами, степени ликвидности этого имущества.

Выполним оценку ликвидности и платежеспособности на примере ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» (далее – ПАО «ММК»), которое является одним из крупнейших мировых производителей стали и занимает лидирующие позиции среди предприятий черной металлургии России. Имущество организации включает в себя крупный металлургический комплекс с полным производственным циклом, начиная с подготовки железорудного сырья и заканчивая глубокой переработкой черных металлов.

На конец 2020 г. 42,77 % источников финансирования у компании приходится на долгосрочные и краткосрочные обязательства, в связи с чем ПАО «ММК» требуется тщательно управлять риском ликвидности и кредитным риском.

Из рис. 1 следует, что большая часть кредитов и займов, привлеченных организацией, – долгосрочные, однако за 2020 г. их доля снижается с 60,78 % до 58,15 %. При этом в заемных источниках финансирования преобладают кредиты и займы с фиксированной ставкой. Их удельный вес в 2020 г. составляет 91,94 %, что на 6,70 п.п. больше, чем в 2019 г.

Для снижения риска ликвидности ПАО «ММК» использует методы детального бюджетирования и прогнозирования движения денежных средств с целью обеспечения наличия достаточного количества наиболее ликвидных активов, требующихся для полного и своевременного расчета по долгам.

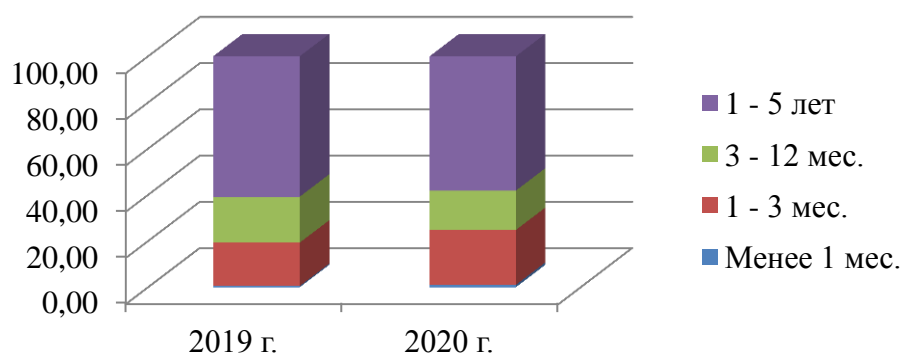


Рисунок 1 – Структура кредитов и займов ПАО «ММК» по срокам погашения, %

Значения коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами (табл. 1) свидетельствуют о том, что в 2019 г. только 3 % оборотных активов приходилось на собственные оборотные средства, что существенно ниже необходимого значения, равного 10 %. При этом в 2020 г. ситуация ухудшилась, поскольку в отчетном периоде у ПАО «ММК» полностью отсутствуют собственные оборотные средства. Иными словами, собственного капитала компании не достаточно даже для покрытия долгосрочных активов, часть из которых финансируется за счет заемных источников.

Таблица 1 – Динамика показателей ликвидности ПАО «ММК»

Показатель	2019 г.	2020 г.	Отклонение 2020 г. от 2019 г.
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,03	-0,05	-0,08
Коэффициент маневренности собственных оборотных средств	0,02	-0,03	-0,06
Коэффициент текущей ликвидности	2,32	1,92	-0,40
Коэффициент быстрой ликвидности	1,14	0,98	-0,16
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,71	0,60	-0,10
Коэффициент общей ликвидности	1,23	1,07	-0,17
Степень платежеспособности по текущим обязательствам, мес.	2,55	3,69	1,14



Значения коэффициента маневренности собственных оборотных средств за 2020 г. также снижается. В конце 2019 г. собственные оборотные средства составляли только 2 % от собственного капитала, что не соответствует нормативному значению (0,2 – 0,5). В 2020 г. значение коэффициента отрицательное, т.к. внеоборотные активы превышают величину собственных источников финансирования.

Наличие достаточного размера собственных оборотных средств считается одним из условий развития бизнеса, т.к. свидетельствует о финансовой независимости предприятия при ведении операционной деятельности [1]. В случае с ПАО «ММК» можно заключить, что расширение и модернизация производства для компании невозможны без привлечения стороннего финансирования.

Значения коэффициента текущей ликвидности демонстрируют негативную динамику. В 2019 г. предприятие смогло достичь нормативного значения 2, в 2020 г. - нет. В то же время текущих активов ПАО «ММК» достаточно для покрытия всех краткосрочных обязательств. На конец 2020 г., даже трансформировав оборотные средства в денежные средства и потеряв почти 48 % от их балансовой стоимости, компания все равно сможет рассчитаться по текущим обязательствам.

Значения показателя быстрой ликвидности у ПАО «ММК» находятся в норме, поскольку превышают 0,8. Негативной динамикой однако является снижения показателя. Связано это с тем, что текущие обязательства растут в 2 раза быстрее, чем наиболее ликвидные и быстро реализуемые активы (темп прироста 32,98 % против 14,48 %). В 2020 г. 98 % краткосрочных долгов может быть погашено за счет денежных средств, краткосрочных вложений и дебиторской задолженности.

Поскольку в текущих активах ПАО «ММК» денежные средства занимают большой удельный вес (например, в 2020 г. он равен 33,94 %), коэффициенты абсолютной ликвидности компании демонстрируют значительный платежный излишек в наиболее срочном периоде. Даже на конец анализируемого периода за счет наиболее ликвидных активов предприятие способно погасить 60 % текущих обязательств при достаточном уровне в 20 %.

Увеличение степени платежеспособности по текущим обязательствам свидетельствует о том, что в 2020 г. компании потребуется больше времени для покрытия текущих обязательств на 1,14 мес., если на погашение будет направлена вся выручка хозяйствующего субъекта. Рост показателя демонстрирует ухудшение ситуации в бизнесе.

Величина коэффициента общей ликвидности в оптимальном варианте должно превышать единицу. У ПАО «ММК» это правило выполняется и в 2019 г., и в 2020 г. Снижение коэффициента в 2020 г. связано с понижением платежеспособности как в краткосрочном, так и среднесрочном периоде, что наглядно продемонстрировали коэффициенты текущей, быстрой и абсолютной ликвидности.

Результаты факторного анализа общего показателя ликвидности представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты факторного анализа коэффициента общей платежеспособности ПАО «ММК»

Показатель	2019 г.	2020 г.
Исходные данные, тыс.руб.:		
A1 - Наиболее ликвидные (фактор 1)	65292224	74196863
A2 - Быстро реализуемые (фактор 2)	40474826	46887024
A3 - Медленно реализуемые (фактор 3)	109220275	115426539
П1 - Наиболее срочные (фактор 4)	66194482	89218053
П2 - Краткосрочные (фактор 5)	26319119	33808071
П3 - Долгосрочные (фактор 6)	55220516	60070689
Расчетное значение:		
Коэффициент общей ликвидности (результат)	1,23	1,07
Влияние факторов на результат:	-0,17	
A1	0,09	
A2	0,03	
A3	0,02	
П1	-0,27	
П2	-0,03	
П3	-0,01	

Расчеты показывают, что рост текущих и долгосрочных обязательств способствовал сокращению коэффициента, а увеличение каждой из частей оборотных средств – его повышению. Наиболее значимый вклад в понижение коэффициента внесло увеличение кредиторской задолженности на 23023571 тыс.руб. Это привело к падению коэффициента на 0,27. Наиболее сильный положительный вклад внес рост краткосрочных финансовых вложений с 24,9 млн руб. до 14883,18 млн руб. Это помогло скомпенсировать снижение остатков денежных средств с 65267,33 млн руб. до 59313,69 млн руб. и привело к росту коэффициента общей ликвидности на 0,09.

В целом, скорость роста текущих обязательств превысила скорость роста оборотных активов, поэтому общее изменение результативного показателя оказалось равно -0,17. Подводя итог оценке ликвидности и платежеспособности ПАО «ММК», следует отметить, что компания удовлетворительно управляет риском ликвидности, имеет в целом сбалансированную структуру имущества и источников финансирования. Однако предприятию следует обратить внимание на более быстрый рост текущих обязательств в сравнении с ростом оборотных средств. Также негативным фактором, способным сдерживать увеличение масштабов операционной деятельности предприятия, является отсутствие у него собственного оборотного капитала.

#### Список использованных источников

1. Алеева, Г.Н., Сыщикова Т.Л. Кредитная политика как инструмент минимизации финансовых рисков организации // Вестник Международного института рынка. – 2018. – № 1. – С. 7-13.

2. Белый, Ю.А., Безрукова Т.Л. Оценка ликвидности и платёжеспособности мебельной компании // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – № 10-2. – С. 221-223.

3. Нестерова, С.И., Лукша С.В. Применение многомерного сравнительного анализа в оценке финансового состояния нефтеперерабатывающей организации // Вестник Международного института рынка. – 2018. – № 2. – С. 36-42.

## **ASSESSMENT OF LIQUIDITY AND PAYMENTABILITY OF THE ORGANIZATION**

**O.S. Kalinina**

*Samara University of Public Administration "International Market Institute",  
Samara, Russia*

The article assesses the liquidity and solvency of PJSC MMK. The positive aspects, as well as problems in the structure of the balance sheet of the enterprise, are identified, the effectiveness of liquidity risk management is assessed.

**Key words:** liquidity, solvency, ratio, balance sheet structure.

**УДК 656.11**

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**А. Каримова, Э. Шаймарданова, Г.А. Хазиахметова**

*Казанский (приволжский) федеральный университет,  
Институт управления, экономики и финансов,  
г. Казань, Россия*

В эпоху глобализации производства и высокой степени интенсивности конкуренции единственным критерием его эффективности является конкурентоспособность выпускаемой продукции, которая выражается в способности превзойти продукцию конкурента по параметрам цены, качества и прочих условий реализации. В этой связи особое значение приобретает поиск решений относительно формирования ключевых факторов успеха работы компании в отрасли и выработка стратегии поведения компании на рынке. Содержание статьи посвящено исследованию способов совершенствования производства в целях обеспечения конкурентоспособности продукции предприятия.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность предприятия, бережливое производство, прибыль, менеджмент, рынок.

Повышение уровня конкурентоспособности предприятий любой формы собственности, оптимизация их функционирования и элементарное выживание в рыночной среде – фундаментальная проблема современной экономики. От ее решения во многом зависит качество воспроизводственных процессов, доходность предприятий, их адаптация к рыночным условиям и последующий экономический рост. Конкуренция представляется, с одной стороны, эффективным механизмом естественного регулирования рыночной экономики и отбора, наиболее устойчивых с финансовой точки зрения предприятий, способных

функционировать в условиях рынка, а с другой, - это легализованная форма экономической борьбы самостоятельных хозяйствующих субъектов, выпускающих однородную продукцию, за ее рынки сбыта с целью получения более высоких доходов. Конкуренция требует от компаний применения новых подходов к организации производства, обеспечивающих высокое качество выпускаемой продукции с одновременным уменьшением ее себестоимости.

Конкурентоспособность предприятия – это система не связанных друг с другом напрямую, однако, влияющих друг на друга составляющих. Итогом повышения конкурентоспособности некоторые исследователи считают размер рыночной доли предприятия. Часто конкурентоспособность заложена в идеологии, миссии предприятия, в которой учтены способность и нацеленность предприятия на удовлетворение требований потребителей с низкой ценой при высоком качестве.

Конкурентоспособность предприятия характеризуется его возможностью обеспечить:

- низкие затраты производства;
- уникальность, особенность предложения;
- доступный и качественный сервис;
- экологическая ориентация продукции;
- качество продукции (услуг);
- своевременный вывод продукции (услуг) на рынок.

Неспособность предприятия обеспечить хотя бы одно из вышеперечисленных условий, сильно снижает его конкурентоспособность. Среди факторов обеспечения низких издержек можно выделить следующие.

Экономия за счет масштаба. Масштаб – это размер фирмы, измеряемый как ее долговременный устойчивый уровень выпуска. Практически в любом виде работ, начиная от закупок и заканчивая производством, продвижением и сбытом, существует тенденция к снижению величины затрат по мере роста объемов производства. Существует целый ряд предпосылок использования экономии за счет масштаба:

- рост масштабов позволяет отдельным работникам трудиться над решением более специализированных задач, повышая свой профессионализм и снижая потери времени при переходе от одной задачи к другой;
- дополнительные постоянные издержки, связанные, например, с разработкой продукции, ниже из расчета на единицу продукции, если их можно разделить на большее количество таких единиц;
- более эффективные производственные процессы (например, сборочные конвейеры) оправданы только при больших масштабах производства;
- возможно возведение более крупных объектов капитального оборудования, при котором затраты растут не в прямой пропорции, а медленнее.

Экономия за счет опыта – это сокращение издержек, которое возникает с ростом кумулятивных объемов производства, что отличает ее от экономии за счет масштаба, зависящей от текущего объема производства. Старая и молодая компании в том или ином году могут иметь одинаковые объемы производства, добиваясь одинаковой экономии за счет масштаба. Однако более старая компания с более высоким кумулятивным объемом выпуска за предшествующие годы может иметь более низкие издержки благодаря большей экономии за счет

накопленного опыта. Экономия на издержках за счет накопленного опыта строится на обучении в процессе деятельности: чем больше компания производит, тем больше она узнает о том, как сделать производство эффективным.

В дополнение к эффективности внутренних издержек компания также может снизить издержки за счет правильного выбора и управления своими внешними контактами с клиентами и поставщиками. Она может организовать это с помощью маркетинговых мероприятий для использования экономии от концентрации и организации закупочной деятельности (экономия от интеграции).

Развитие производственных систем основано на применении современного набора управленческих технологий, методов и инструментов, позволяющих организовать производство с минимальными затратами в короткие сроки и при этом добиться того уровня качества продукции, который требует потребитель. Среди этих инструментов можно выделить:

- «Бережливое производство» (TPS/LEAN);
- статистическое управление производственными процессами (SPC);
- методы теории ограничений ТОС;
- методы быстрой переналадки оборудования (SMED);
- параметрическая и структурная оптимизация производственных процессов.

В целом, развитие производственных систем направлено на определение и устранение скрытых потерь, которые могут привести к увеличению издержек производства, не добавляя потребительской ценности продукции, необходимой потребителю, а также к увеличению затрат на качество продукции. К таким потерям относят: потери из-за перепроизводства продукции, ожиданий, ненужной транспортировки продукции, лишних этапов обработки, запасов, излишних перемещений при выполнении операций и работ; выпуска дефектной продукции. Однако для каждой организации потери уникальны и могут быть выявлены только после диагностики производственной деятельности организации.

В процессе организационного совершенствования решаются следующие группы задач:

- 1) организация того или иного процесса, его исполнения;
- 2) регулирование;
- 3) рационализация, совершенствование, перестройка и развитие системы;
- 4) проектирование новых систем

Общество с ограниченной ответственностью «Ривьера» учреждено на основании действующего законодательства Российской Федерации и в соответствии с Учредительным договором участников Общества от «11» января 2000 года.

Целью деятельности Общества является извлечение прибыли за счет объединения интеллектуальных, научно-производственных, финансовых и иных возможностей учредителей для достижения максимальной эффективности хозяйственной и коммерческой деятельности, высококорентабельной работы на основе использования передовых методов организации производства и современной технологии.

Согласно Устава предприятия основными видами деятельности Общества являются:

- услуги размещения.
- разработка, производство и реализация слабоалкогольной продукции
- торгово-закупочные и заготовительные операции на договорной основе с предприятиями, организациями и отдельными гражданами.
- предоставление транспортных услуг.
- другие виды деятельности, не запрещенные действующим законодательством РФ.

Проведем оценку конкурентоспособности гостинично-ресторанного комплекса «Ривьера».

Современное экономическое развитие Республике Татарстан определяется не только уровнем промышленного производства крупных предприятий, но и состоянием торговли, сферы услуг, финансового рынка.

Сегментация гостиничного фонда города Казани по форме собственности такова:

- частные – 64 %;
- государственные предприятия гостиниц – 26 %;
- муниципальные – 6,0 %;
- смешанной формы – 4,0 %.

В настоящее время в связи с антиковидными мерами на рынке гостиничного бизнеса г. Казани наблюдается стагнация, но компания работает над развитием номерного фонда, тем более, что в условиях снятия ограничений, спрос на комфортные номера превышает предложение, поскольку большинство фирм-конкурентов ориентированы на удовлетворение спроса потребителей, имеющих средний уровень доходов и нуждающихся в недорогих номерах со средним уровнем комфорта и предлагаемых услуг.

Потребность в комфортабельных номерах с повышенным уровнем обслуживания в настоящее время обеспечивают лишь две городские гостиницы:

- отель - гостиница « Шаляпин \*\*\*\*\*,
- гостиница « Татарстан » категории 4\*\*\*\*\*,

Указанные фирмы могут рассматриваться в качестве основных конкурентов нашей гостиницы, входящей в комплекс досугово-культурного центра. При этом следует отметить существенные стороны данных конкурентов: отель - гостиница «Шаляпин» расположена в центре города вблизи правительственных учреждений, что повышает доступ клиентов. В гостинице «Татарстан», расположенной в центре находится ресторан «Татарстан», расположенный на первом этаже стороны, имеет основной зал вместимостью до 500 мест (700м<sup>2</sup>), и банкетный зал (214м<sup>2</sup>), вмещающие 100 и 25 человек соответственно. Это большой ресторан с современным интерьером. Именно в ресторане «Татарстан» чаще всего проходят правительственные приемы и торжества. Экспертная оценка конкурентоспособности указанных организаций представлена в таблице.

Таблица 1 – Оценка конкурентоспособности

Показатели	Ривьера	Татарстан
Месторасположение	2	4
Вместимость	4	5
Интерьер	5	3
Качество обслуживания	5	5
Качество блюд	5	4
Развлекательная программа	4	2
Выручка за 2009 год	4	4
Итого	29	27

Итак, по данным таблицы видно:

1. Месторасположение. Безусловно «Татарстан» выигрывает в этой позиции так как находится в центре города, а «Ривьера» расположен в отдалении, на конечной остановке маршрута №37

2. Вместимость. «Ривьера» - 250 посадочных мест, «Татарстан» - 300 посадочных мест

3. Интерьер. По этому пункту «Ривьера» лидирует. Оформление в стиле старой Германии конца XVIII века, несомненно, более привлекателен для потребителей, нежели классическое оформление «Татарстан».

4. Качество обслуживания. Оба заведения получили высшую оценку анкетирзуемых. Это свидетельствует о повышении качества услуг не только в «Ривьера» и «Татарстан», но и Казани в целом.

5. Качество блюд. «Ривьера» обгоняет «Татарстан» в данном показателе, я думаю, потому что там широкий спектр выбора блюд, и опять же, играет роль оригинальная немецкая кухня.

6. Развлекательная программа. «Ривьера» делает максимальный акцент на качество и эксклюзивность показываемых номеров. «Татарстан» считает этот пункт не очень значимым.

7. Выручка за 2009 год. «Ривьера» - 605 тысяч рублей, а «Татарстан» - 590 тысяч рублей. Замечу, что в 2009 году «Ривьера» был признан лучшим рестораном города по результатам конкурса среди рестораторов «Золотой поднос»

Согласно результатам анализа конкурентоспособности, можно сделать вывод о незначительном влиянии фактора территориальной удаленности организации и доминировании влияния прочих факторов (кухня, развлекательная программа и т.д.).

Таким образом, в настоящее время в г. Казани две гостиницы высокого класса, которые могли бы достойным образом удовлетворить потребности зарубежных и российских бизнесменов. В целом исследование организаций сферы гостиничного хозяйства показало, что для них характерны следующие моменты:

– низкая конкурентоспособность старого фонда размещения;

- нехватка гостиничных мест (спрос на отели уровня 2-3 звезды);
- узкий перечень дополнительных услуг в гостиницах;
- низкий уровень квалификации кадров в отрасли;
- высокая стоимость гостиничных номеров;
- слабое взаимодействие гостиниц и туристических фирм города;
- отсутствие профессиональных гостиничных операторов;
- слабая рекламно–информационная поддержка гостиниц;
- недостаточное количество категорированных средств размещения;

Все это обуславливает необходимость разработки практических мер по совершенствованию либо устранению потерь, связанных с функционированием рассмотренных организаций.

Таким образом, конкурентоспособность - это комплексная характеристика товара, обеспечивающая его предпочтение на рынке по сравнению с аналогичными изделиями-конкурентов. Конкурентоспособность обуславливается качественными и стоимостными особенностями товара, которые учитываются покупателем при принятии решения о покупке.

### **Список использованных источников**

1. Азарян, Е.М. Международный маркетинг / Е.М. Азарян. – Москва: Студцентр. 2014. – 322с.
2. Аканаева, Т.А. Теория и практика инновационного менеджмента: отечественный и зарубежный опыт / Т.А. Аканаева, Г.М. Кожабатчина // Экономика: Караганда. – 2013. – №5 Вып. 1(132) – С. 25-32.
3. Алексеева, О.А. Практикум по финансовому менеджменту: учебное пособие. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва. - Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 255 с.
4. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / О.В. Ефимова. – Москва: Издательство «Омега-Л», 2016. – 388 с.
5. Анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Г. В. Савицкая. - 6-е изд., испр. и доп. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 288 с.
6. Ансофф, И. Стратегический менеджмент / И. Ансофф.- СПб. : Питер, 2012. – 120 с.
7. Аскинадзи, В.М. Инвестиции: учебник для бакалавров / В.М. Аскинадзи, В.Ф. Максимова. – Москва: Издательство Юрайт, 2014. – 422 с.
8. Ассель, Г. Маркетинг: принципы и стратегия: учебник для Вузов. – Москва: Инфра – М, 2011. – 254 с.
9. Бабошин, А.В. Конкурентные позиции субъектов предпринимательства в современной теории конкуренции // Современная конкуренция. – 2013. – №2. – С. 60-66.
10. Бабошин, А. В. Конкурентное позиционирование: как нейтрализовать или использовать конкурента. Монография. – Москва: Маркет ДС, 2011. – 120 с.
11. Бараненко, С.П. Инвестиционный менеджмент: учебно-методическое пособие / С. П. Бараненко. – Москва: Элит, 2014. – 298 с.
12. Баринов, В.А. Развитие организации в конкурентной среде // Менеджмент в России и за рубежом. – 2012. – №6. – С.29-34.
13. Бернштейн, Л.А. Анализ финансовой отчетности: учебник. – Москва: Финансы и статистика, 2017. – 624 с.



14. Бланк, И.А. Основы финансового менеджмента. В 2 томах. Т.2 / И. А. Бланк. – 4-е изд., стер. – Москва: Издательство «Омега-Л» [и др.], 2016. – 674 с.
15. Бушева, А.Ю. Оперативный учет финансовых результатов для принятия управленческих решений // Фундаментальные исследования. – 2016.
16. Виханский, О.С. Стратегическое управление: учебник / О. С. Виханский. – Москва: Изд-во МГУ, 2011. – 512 с.
17. Войцеховская, И.А. Потенциал предприятия как основа его конкурентоспособности // Проблемы современной экономики – 2011.
18. Гончаренко, Л.П. Менеджмент инвестиций и инноваций: учебник / Л.П. Гончаренко. – Москва: КноРус, 2016. – 160 с.
19. Гражданский кодекс РФ (Части 1-4) от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. От 7.02.2017 №12-ФЗ) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс: ВерсияПроф».
20. Грибов, В.Д. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В. А. Кузьменко 2-е изд.,стер. – Москва: КНОРУС, 2009. – 416 с.
21. Грязнова, А.Г. Микроэкономика. Практический подход. – Москва: КноРус., 2011. – 328 с.
22. Ильичева, И.В. Маркетинг: учебно-методическое пособие / Ульяновск :УлГТУ, 2010. – 229 с.
23. Казакова, Н.А. Экономический анализ в оценке бизнеса и управлении инвестиционной привлекательностью компании: учебное пособие. – Москва: Финансы и статистика, 2016. – 240 с.
24. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. СПб. : Изд-во Питер, 2011. – 464 с.
25. Круглов, М.И. Стратегическое управление компанией учебник для вузов/ М. И. Круглов. – Москва: Русская деловая Списание использованных источников, 2013. – 263 с.
26. Лазаренко, А.А. Методы оценки конкурентоспособности / А. А. Лазаренко // Молодой ученый. – 2014. – №1. – С. 374-377.
27. Ламбен, Ж. Стратегический маркетинг / Ж. Ламбен. 3-е изд.- СПб.: Наука, 2013. – 589 с.

## **IMPROVEMENT OF THE PRODUCTION SYSTEM AS A FACTOR OF ENSURING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE**

**A. Karimov, E. Shaimardanova, G.A. Khaziakhmetov**

*KAZAN (VOLGA Region) FEDERAL UNIVERSITY, Institute of Management,  
Economics and Finance,  
Kazan, Russia*

In the era of globalization of production and a high degree of intensity of competition, the only criterion for its effectiveness is the competitiveness of products, which is expressed in the ability to surpass the competitor's products in terms of price, quality and other conditions of sale. In this regard, of particular importance is the search for solutions regarding the formation of key factors for the success of the com-

pany's work in the industry and the development of a strategy for the company's behavior in the market. The content of the article is devoted to the study of ways to improve production in order to ensure the competitiveness of the company's products.

**Keywords:** competitiveness of the enterprise, lean production, profit, management, market.

**УДК 658.1**

## **АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ОЦЕНКА ЕЕ УРОВНЯ**

**А.Д. Касатов**

*ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»,  
г. Самара, Россия*

Рассмотрена сущность и содержание финансового состояния промышленного предприятия, проведен анализ изменений в активе и пассиве баланса на примере АО «Авиаагрегат» и дана оценка уровня финансового состояния по показателям деятельности данного предприятия.

**Ключевые слова:** финансовое состояние предприятия, актив баланса, пассив баланса, оборотные активы, внеоборотные активы, долгосрочные обязательства, краткосрочные обязательства.

Финансовое состояние предприятия характеризуется совокупностью показателей, отражающих процесс формирования и использования его финансовых ресурсов. Данные показатели отражают результаты экономической деятельности предприятия, определяют его конкурентоспособность и потенциал в деловом сотрудничестве, выступают гарантом реализации интересов всех участников хозяйственной деятельности.

Под финансовым состоянием понимается способность предприятия самостоятельно финансировать свою производственно-хозяйственную деятельность. Оно характеризуется: 1) обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия; 2) целесообразным их размещением и эффективным использованием; 3) финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами; 4) платежеспособностью и финансовой устойчивостью.

На основании данных бухгалтерской отчетности за период 2015-2019 г.г., рассмотрены показатели финансовой деятельности самарского АО «Авиаагрегат», которые взяты с сайта <http://www.disclosure.ru.issuer/6319031396>.

Важной задачей анализа финансового состояния предприятия является оценка степени независимости от заемных источников финансирования. В процессе анализа необходимо дать ответы на вопросы: насколько компания независима с финансовой точки зрения, растет или снижается уровень этой независи-

мости и отвечает ли состояние его активов и пассивов задачам ее финансово-экономической деятельности.

При анализе актива баланса из таблицы 1 видно, что общая величина активов предприятия в 2019 г. имеет значительное увеличение по сравнению с 2015 г. На 31.12.2019 г. активы и валюта баланса выросли на 46,65 %, что в абсолютном выражении составило 1885513 тыс. руб. Таким образом, в отчетном периоде актив баланса и валюта баланса находятся на уровне 5927595 тыс. руб. В значительной степени это произошло за счет увеличения статьи «Основные средства». За прошедший период рост этой статьи составил 997 924 тыс. руб. и на конец 2019 г. значение статьи «Основные средства» достигло 1500 820 тыс.руб. В общей структуре активов внеоборотные активы возросли на 890 983 тыс. руб. (темп прироста составил 135,87 %). На 31.12.2019 г. их величина составила 1546756 тыс. руб. Величина оборотных активов также возросла на 994 534 тыс. руб. (темп прироста составил 29,36 %) и на 31.12.2019 г. их величина составила 4 380 839 тыс. руб. В целом следует отметить, что анализ структуры активов свидетельствует о мобильности имущества предприятия и динамику изменения активов баланса можно считать положительной.

В общей структуре пассивов величина капитала и резервов (раздел III баланса таблицы 2), составлявшая на 31.12.2015 г. – 981 235 тыс. руб., выросла на 1 295 876 тыс. руб. (темп прироста составил 132,07 %) и на 31.12.2019 г. его величина составила 2 277 111 тыс. руб. В наибольшей степени это изменение произошло за счет роста статьи «Уставный капитал» – на 1 516 815 тыс. руб.

Таблица 1 – Изменения в активе баланса

Актив	31.12.2015 г.	31.12.2019 г.	В абсолютном выражении, тыс. руб.	Темп прироста, %
<b>I. Внеоборотные активы</b>				
Нематериальные активы	730	596	-134	-18,36
Результаты исследований и разработок	129 778	13 660	-116 118	-89,47
Основные средства	502 896	1 500 820	997 924	198,44
Отложенные налоговые активы	7 501	25685	18184	242,42
Прочие внеоборотные активы	14 868	5 995	- 8873	- 59,68
Итого по разделу I	655 773	1 546756	890983	135,87
<b>II. Оборотные активы</b>				
Запасы	2 013 020	2 814 099	300 989	14,95
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	47 865	1 019	- 46 846	- 97,87
Дебиторская задолженность	919 741	1 405 400	485 659	52,80
Денежные средства	405 679	155 889	- 249 790	- 61,57
Прочие оборотные активы	-	4 432	4 433	100,00
Итого по разделу II	3 386 305	4 380 839	994 534	29,36
Баланс	4 042 082	5 927595	1 885513	46,65

Доля обязательств в совокупных источниках формирования активов за анализируемый период значительно увеличилась. На 31.12.2019 г. совокупная величина долгосрочных и краткосрочных обязательств предприятия (раздел IV и V) составила 3 650 488 тыс. руб. Увеличение заемных средств предприятия ведет к увеличению степени его финансовых рисков и может отрицательно повлиять на его финансовую устойчивость.

На 31.12.2019 г. в общей структуре задолженности краткосрочные пассивы превышают долгосрочные на 1 992 310 тыс. руб., что при существующем размере собственного капитала и резервов может негативно сказаться на финансовой устойчивости предприятия.

Долгосрочные обязательства, величина которых на 31.12.2015г. составляла 15 775 тыс. руб., увеличились на 813 314 тыс. руб. и на 31.12.2019 г. ее величина составила 829 089 тыс. руб.

Таблица 2 – Изменения пассива баланса

Пассив	31.12.2015 г.	31.12.2019 г.	В абсолютном выражении, тыс. руб.	Темп прироста, %
<b>III. Капитал и резервы</b>				
Уставный капитал	420 100	1 516 815	1 096715	261,06
Собственные акции, выкупленные у акционеров	19 405	-	- 19 405	-100
Переоценка внеоборотных активов	-	73885	73885	100
Резервный капитал	15	40 540	40525	270,17
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	541 715	645 871	104156	19,22
Итого по разделу III	981235	2 277111	1 295876	132,07
<b>IV. Долгосрочные обязательства</b>				
Заемные средства	-	743 159	743159	100,00
Отложенные налоговые обязательства	15 775	85 930	70 155	444,72
Итого по разделу IV	15 775	829 089	813 314	5155,71
<b>V. Краткосрочные обязательства</b>				
Заемные средства	1 264 388	871 624	-392 764	- 31,06
Кредиторская задолженность	1 684 322	1 814 491	130 169	7,73
Доходы будущих периодов	2 581	-	- 2581	- 100,00
Оценочные обязательства	49 171	135284	86113	175,13
Итого по разделу V	3 000 462	2 821399	- 179063	- 5,96
Баланс	4 042 082	5927599	1 885517	46,65

Величина краткосрочных обязательств, которая на 31.12.2015 г. составила 3 000 462 тыс. руб., напротив, снизилась на 179063 тыс. руб. и на 31.12.2019 г. их величина составила 2 821399 тыс. руб. Таким образом, изменение за анализируемый период структуры пассивов следует признать в подавляющей части негативным.

В целом следует отметить, что текущая финансовая политика, проводимая руководством предприятия, не способствует его экономическому росту, следовательно, было бы нелогичным продолжать ей следовать.

Анализ финансового состояния – это своевременно выявить и устранить недостатки в финансовой деятельности, найти резервы улучшения финансового состояния предприятия с целью корректировки стратегии его развития.

### **Список использованных источников**

1. Гиляровская, Л.Т., Ендовицкая А.В. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций: учеб. пособие для студентов вузов. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 159 с.

2. Пономарев, А.В., Касатов А.Д., Анализ показателей финансовой устойчивости на примере АО «АВИААГРЕГАТ»// Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: межвуз. сб. науч. тр. Вып.1. Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун – та, 2018. – С. 133-137.

3.Сергеев, И.В., Веретенникова И.И. Экономика организации (предприятия): учебник и практикум для прикладного бакалавриата. – 6-е изд., перераб. и доп. –Москва: Издательство Юрайт, 2016. – 511 с.

4. Шеремет, А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / А.Д. Шеремет. 2-е изд., доп. –Москва: ИНФРА-М, 2017. – 374 с.

5.URL:<http://www.disclosure.ru.issuer/6319031396>.

## **ANALYSIS OF THE FINANCIAL CONDITION OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISES AND ASSESSMENT OF ITS LEVEL**

**A.D. Kasatov**

*FSAEI HE «Samara State University of Economics»,  
Samara, Russia*

The essence and content of the financial condition of an industrial enterprise are considered, the analysis of changes in the assets and liabilities of the balance sheet is carried out on the example of JSC «Aviagregat» and the assessment of the level of financial condition according to the performance indicators of this enterprise is given

**Keywords:** financial condition of the company, balance sheet asset, balance liability, current assets, non-current assets, long-term liabilities, short-term liabilities.

## РОЛЬ ЭКСПРЕСС АНАЛИЗА АНТИКРИЗИСНОЙ СТРАТЕГИИ

Е.А. Ковшова, И.К. Иванова

*ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения»,  
г. Новосибирск, Россия*

В статье рассматриваются теоретические основы маркетинговых стратегий предприятия и разработка мероприятий по ее совершенствованию. Актуальность состоит в том, что важной задачей стратегического управления считается формирование и сохранение динамичного воздействия компании с окружающей ее средой, признанное гарантировать ей преимущество, достигаемое за счет предоставления потребителю конкурентоспособного продукта. По этой причине, можно сказать, что маркетинг справедливо выполняет одну из основных функций стратегического управления.

**Ключевые слова:** кризис, управление, маркетинговая стратегия, антикризисная стратегия, акционерное общество, долгосрочная перспектива, стратегические решения.

На стадии стратегического анализа руководство отслеживает особо важные для будущего компании факторы. Стратегические факторы - это тенденции формирования внешней среды, которые, с одной стороны, владеют существенной вероятностью реализации и, с иной стороны, значительной вероятностью влияния на работу фирмы. Целью рассмотрения стратегических факторов можно назвать выявление опасностей возможностей внешней среды, сильные и слабые стороны фирмы. Хорошо реализованный управленческий анализ, обеспечивающий реальную оценку его ресурсов и возможностей, является отправным пунктом исследования стратегии фирмы [1].

Задачи статистики рынка:

- сбор и обработка статистической данных;
- анализ и исследование конъюнктуры рынка;
- оценка структуры рынка;
- анализ и исследование развития рынка;
- региональный анализ рынка;
- оценка экономических и общественных результатов развития рынка [2].

Конъюнктура рынка либо рыночная конъюнктура – это определенная экономическая ситуация, сформировавшаяся на рынке на этот момент либо ограниченный отрезок времени, либо совокупность условий, характеризующих рыночную ситуацию [2].

Предметом статистики конъюнктуры рынка считаются многочисленные явления и процессы, характеризующие определенную экономическую ситуацию, поддающуюся количественной и качественной оценке [3].

Оценка инфраструктуры и ее компонентов выполняется с помощью системы показателей:

1. стоимости основных фондов в целом и в отраслях сбыта, торговли и массового обслуживания;
2. доли ключевых фондов рыночной сферы в совокупном объеме производственных основных фондов;
3. размера предприятия (для магазина – его площадь);
4. количества транспортных средств, средств связи, ИВТ на одно предприятие либо на 1 млн. руб. товарооборота;
5. количества работников (в целом, по специальностям и должностям),
6. числа оборудования и различной техники [4].

Изучение внешней макроэкономической области включает исследование следующих факторов: макроэкономических; политических; технологических; социального поведения; международных [5].

Исследование текущего положения включает исследование:

- экономических сведений (финансовые достижения, размер расходов фирмы, инвестиции);
- производственных возможностей (научно–технический потенциал);
- маркетинговых систем (изучение продуктивности затрат, метод сбора и применение рекламной информации, предел рекламного бюджета и связей);
- стратегических бизнес-единиц, продуктовых линеек (ABC-анализ, жизненный цикл продуктов, матричные методы сравнительной оценки: таблица БКГ, матрица МКК (МСС), матрица GE/McKinsey и т.п.); SWOT-анализ [6].

Данные характеристики отображают масштабы работы компании, размеры ее собственности, структуру активов и объем средств, которые находятся под его контролем.

Рентабельность авансированного капитала и эффективность собственного капитала относятся к основным показателям оценки доходности. Прибыльность компании весьма значима для инвесторов (кредиторов), которая считается объектом их вложения. По этой причине данный пункт анализа, наравне с оценкой финансовой обеспеченности, считается важным моментом маркетингового анализа, и в некоторых случаях даже достаточным, для того чтобы уверить потребителей, что качество продукции находится на достаточно высоком уровне [7].

При горизонтальном анализе сопоставляют статьи баланса и показатели, вычисляемые по ним, на начало и конец отчетных периодов. Данное может помочь обнаружить отличия, которые требуют последующего изучения. В этом анализе исследуют абсолютные и условные изменения показателей. Их сопоставление дает возможность установить общее направление перемещения баланса. В обычных производственных условиях повышение результатов баланса оценивается положительное, но снижение – отрицательно.

Вертикальный анализ – выражение показателя посредством отношения конкретного процента к соответствующей статье по главному показателю. С помощью вертикального анализа обнаруживают основные направления и изменения в работе компании [8].

Финансовое состояние компании в существенной степени обуславливается его производственной деятельностью. По этой причине в анализе оценивают его производственный потенциал.

Таким образом, руководителям и работникам компании следует регулярно следить за внешними и внутренними переменами. Нужно также выделить, что

маркетинговая стратегия считается составляющей корпоративной стратегии, но ее анализ обязан содержать исследование причинно-следственной связи с иными показателями общефирменной стратегии.

Помимо этого, следует вовремя вносить поправки в маркетинговую стратегию и не опасаться применять мероприятия для ее улучшения, применять различные маркетинговые стратегии для достижения одной цели.

### **Список использованных источников**

1. Божук, С. Маркетинговые исследования. Учебник. – Москва: Юрайт, 2017. – 280 с.

2. Карасев, А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А.П. Карасев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 315 с.

3. Чернышева, А.М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для академического бакалавриата / А.М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 244 с.

4. Азарова, С.П. Маркетинговые исследования: теория и практика: учебник для прикладного бакалавриата / С.П. Азарова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 314 с.

5. Жильцова, О.Н. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / О.Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 315 с.

6. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 570 с.

7. Экономика предприятия: учебник / Под ред. Горфинкеля В.Я.. – Москва: Юнити, 2018. – 56 с.

8. Фокина, О.М. Экономика организации (предприятия) / О.М. Фокина, А.В. Соломка. – Москва: КноРус, 2018. – 486 с.

## **ROLE OF EXPRESS ANALYSIS OF ANTI-CRISIS STRATEGY**

**E.A. Kovshova, I.K. Ivanova**

*FSBEI HE «Siberian State University railways,  
Novosibirsk, Russia*

The article discusses the theoretical foundations of the marketing strategies of an enterprise and the development of measures to improve it. The relevance lies in the fact that an important task of strategic management is considered to be the formation and preservation of the dynamic impact of the company with its environment, recognized to guarantee it an advantage achieved by providing the consumer with a competitive product. For this reason, it can be said that marketing rightly fulfills one of the main functions of strategic management.

**Keywords:** crisis, management, marketing strategy, anti-crisis strategy, joint-stock company, long-term perspective, strategic decisions.



## ВИДЫ ПРОЕКЦИЙ РАВНОВЕСНОЙ КРИВОЙ ЦЕН

О.В. Конькова

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,  
п. Персиановский, Россия*

В статье рассматриваются вопросы группы потребителей которые готовы приобретать товары по сравнительно низкой цене и в очень незначительных объемах. Для этого характерно два участка: первый - все возрастающая с доходом цена и при этом по достижении определенного дохода объем приобретения постоянен, и второй участок – сложный нелинейный характер, когда одному и тому же значению дохода соответствуют разные равновесные цены.

**Ключевые слова:** Производство, цены, издержки, денежные расходы, прибыль.

В маркетинге есть раздел, посвященный жизненному циклу товара. Очень хотелось бы найти параллели между построениями, полученными в данной работе, и кривой жизненного цикла товара. Жизненный цикла товара демонстрирует динамику изменения объемов продаж товара в зависимости от времени выхода товара на рынок.

Принципиальное отличие заключается в том, что объемы, которые анализируются, - это объемы потребления товара отдельными потребителями, сегментированными по доходам. На КЖЦТ изображается общий, агрегированный объем приобретения в каждый момент времени всеми покупателями данного товара. В качестве примера можно рассмотреть наиболее распространенный в России товар повседневного спроса - картофель. Особенностью современной России является то обстоятельство, что большинство ее жителей имеют «огороды», где проводят значительную часть времени, выращивая продукты питания для собственного потребления и частично - на продажу.

Для покупателей с малым доходом характерно стремление вырастить картофель самостоятельно на «огородах» и не приобретать его. При необходимости они готовы приобрести его по очень небольшим ценам и в небольших количествах. Качество картофеля может быть и не очень высоким, главное - чтобы была низкая цена.

Группа со средним доходом предпочитает выращивать помидоры и огурцы, сокращая посевы картофеля, так как их доходы вполне позволяют им по приемлемым ценам приобретать картофель в магазинах.

Часть группы покупателей со значительными доходами, имеющая средства передвижения и гаражи, тратит значительные средства на то, чтобы закупить большое количество картофеля хорошего качества и заложить его на хранение для дальнейшего пользования в погреба своих гаражей. Другая часть таких покупателей предпочитает магазинному картофелю, который, как правило, не очень высокого качества, картофель, продаваемый на рынках - отборный и не самый дешевый.

Покупатели с большим доходом не ходят в овощные магазины и не бывают в картофельном ряду на рынках. Конечно, они приобретают картофель, но в небольших объемах. Чаще всего это происходит, когда они, проезжая по дороге, видят одинокого продавца с ведром картофеля и вспоминают о том, что давно не ели жареной картошки, а это было так вкусно! Впрочем, если говорить серьезно, такие покупатели приобретают товар в дорогих престижных магазинах. Купить в таком магазине простой картофель – даже по цене овощных магазинов – им сложно. Разве что цена будет очень низка!

Но в шикарных магазинах не бывает простого картофеля – для потребителей с большим доходом предлагается картофель уже очищенный, зачастую – уже порезанный, а иногда – уже пожаренный. Таким образом, товар имеет новые потребительские свойства, которых раньше у него не было.

Для рисунка характерно два участка: первый – все возрастающая с доходом цена и при этом по достижении определенного дохода объем приобретения постоянен, и второй участок – сложный нелинейный характер, когда одному и тому же значению дохода соответствуют разные равновесные цены.



Рисунок 1 – Третий вид проекции равновесной кривой

Первый участок характерен для покупателя, который привык к данному товару, и он по климатическим, национальным или религиозным соображениям является для него товаром повседневного спроса.

Второй участок характерен для покупателя, впервые открывшем для себя данный товар как товар повседневного спроса. Здесь возможно два случая - покупатель готов следовать за обычаями данного рынка и готов платить все возрастающую цену за товар, а во втором случае покупатель остается равнодушен к товару и не готов платить высокую цену за него и приобретает его в количестве рационального потребления.

Таким образом, маркетологи фирмы, должны выделить три группы потребителей и, работая с каждой из них, добиться максимального успеха. Причем первая группа потребителей также может быть разделена на группы потребителей с малым, средним и со значительным доходом. В последнюю группу входит и группа, выделявшаяся ранее в группу с «большими» доходами. Сейчас этого делать не стоит, так как при достижении значительных доходов поведение поку-

пателя не меняется - он готов платить за товар по цене, увеличивающейся пропорционально увеличению его доходов.

При разработке маркетинговой стратегии в этом случае следует иметь в виду следующее. Данный товар не является предметом первой необходимости, поэтому покупателя в любом случае надо завлекать - иначе он потратит свои средства на приобретение другого товара.

Потребителей с малым доходом следует поэтому отнести к группе очень неустойчивых клиентов - их следует убедить, что именно данный товар им необходим. К тому же группа этих потребителей готова приобретать данный товар по сравнительно низкой цене и в очень незначительных объемах. В данном случае есть смысл использовать различного рода купоны на долговременное приобретение со скидками и тому подобные приемы для привлечения случайных покупателей в группу постоянных клиентов.

### Список использованных источников

1. Велиева, И.С. Поиск оптимальной стратегии отказа от экстренных мер поддержки российского банковского сектора // Деньги и кредит. – 2010. – №5. – С.58.

2. Голубев, А.В. Тенденции аграрной динамики России. – Москва: РГАУ–МСХА им. К.А. Тимирязева. – 2011. – 240 с.

3. Делавинья, С. Психология и экономика: результаты эмпирических исследований, часть 2. Общественно ориентированные предприятия и нестандартные убеждения // Вопросы экономики. – 2011. – №5. – С.56.

4. Кузнецов, В.В., Тарасов, А.Н., Дунаев, В.Л. Прогнозирование производства сельскохозяйственной продукции, сырья, продовольствия: методика, сценарии, инструменты // Ростов н/Д: ГНУ ВНИИЭиН Россельхозакадемии, 2011. – 179 с.

5. Савицкая, Г.В. Экономический анализ: Учеб. / Г.В. Савицкая. – 10-е изд., испр. – Москва: Новое знание, 2004. – 640 с., с. 617.

## TYPES OF PROJECTIONS OF THE EQUILIBRIUM PRICE CURVE

**O.V. Konkova**

*Don State Agrarian University,  
Persianovsky, Russia*

The article discusses the issues of a group of consumers who are willing to purchase goods at a relatively low price and in very small volumes. This is characterized by two sections: the first is an ever-increasing price with income, and at the same time, upon reaching a certain income, the volume of acquisition is constant, and the second section is a complex nonlinear character, when different equilibrium prices correspond to the same income value.

**Keywords:** Production, prices, costs, monetary expenses, profit.

## ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И НАЦИОНАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВО

О.В. Конькова

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,  
п. Персиановский, Россия*

В статье рассматриваются вопросы интересы национального государства и в особенности регионов которые из-за экономического и технологического развития не теряют своего качества политических актеров, но их функции коренным образом начинают меняться. Несомненно, классическое национальное государство теряет часть своих компетенций, поскольку определенные суверенные права государства передаются сверхнациональным организациям и поскольку на арену международной политики вышли влиятельные игроки в форме мультинациональных концернов.

**Ключевые слова:** Государство, рабочая сила, конкурентоспособность, национальный доход.

Глобализация усиливает давление конкуренции. Оно еще более увеличится с введением евро, поскольку цены и услуги в Европе станут более прозрачными. Не только наши предпринимательские структуры должны будут выдерживать обострившуюся конкуренцию и завоевывать новые рынки за счет инновативных продуктов; национальные государства, вплоть до отдельных земель и регионов, тоже должны определить свое место в международной конкурентной борьбе за привлечение инвестиций. Вне всякого сомнения, стоимость рабочей силы и налоговое бремя являются при этом важными факторами, определяющими положение страны в системе международной конкуренции, которые нам необходимо срочно улучшить, важными, но отнюдь не единственными. Сюда же относятся правовая система, уровень образования, стабильность национальной денежной единицы, качество исследовательских учреждений, транспортная инфраструктура и длительность протекания управленческих процессов. В этих сферах государство обладает возможностями предпринимать определенные действия, и не только национальное государство, но с усиливающейся степенью и регионы - в смысле здоровой конкуренции внутри федерации. Многие чрезвычайно значимые для конкурентоспособности факторы определяются в Германии политикой земель. Поэтому глобализация и обострение конкуренции не несут в себе ослабления федерализма, напротив, они приводят к увеличению требований по отношению к землям и росту их политической ответственности.

Носителями глобальной конкуренции все в меньшей степени являются крупные образования в виде национальных государств, и в большей степени - конкурирующие между собой хозяйственные регионы. Национальные рамочные

условия отступают все сильнее на задний план прежде всего в случае принятия решений об интенсивных капиталовложениях в области исследований и технологий. Решающим обстоятельством в данном случае является то, где инвестор находит соответствующие условия и подходящие структуры, отвечающие его требованиям. Поэтому, например, при решении проблемы инвестиций для предпринимательства в области биотехнологий вопрос формулируется не в виде выбора между Великобританией и Германией; в качестве конкурентов в данном случае выступают крупные территориальные единицы Лондон и Верхняя Бавария, которые предлагают наиболее выгодные условия для инвестиций внутри Европы.

Тот, кто в условиях глобальной конкуренции не проводит последовательной работы над дальнейшими инновациями, тот будет терять свою долю на рынке. Это относится как к предпринимательским структурам, так и к регионам. Благодаря своим многочисленным инициативам, Бавария смогла в последние годы повысить свою привлекательность для действующих по всему миру предпринимательских структур из ключевых сфер экономики.

Действия государства, как и прежде, создают рамочные условия для экономики - будь то на федеральном или земельном уровне. Поэтому крупная фирма, даже если она охватывает своей деятельностью сотню стран мира, не есть стоголовая гидра, беспомощными жертвами которой становятся демократическое государство и его население. Вне всякого сомнения, обстоятельства для деятельности государства в отношении предпринимательского сектора изменились.

Приведенные выше факты проясняют ситуацию: и в период обострения конкуренции – и именно в этот период – существуют сферы приложения сил для политического действия. Только это пространство для политической игры должно использоваться. Политика сама себя лишает власти, когда годами откладывается и «забалтывается» принятие важных решений, когда реформы, в необходимости которых не может быть ни малейшего сомнения, блокируются или выхолащиваются из-за тактических расчетов выборных кампаний.

Из всего этого следует, что национальные государства – и в особенности регионы – из-за экономического и технологического развития не теряют своего качества политических актеров, но их функции коренным образом меняются. Несомненно, классическое национальное государство теряет часть своих компетенций, поскольку определенные суверенные права государства передаются сверхнациональным организациям и поскольку на арену международной политики вышли влиятельные игроки в форме мультинациональных концернов.

При желании определить глобальную конкурентоспособность исключительно или преимущественно через цену факторов производства любая осторожность никогда не будет излишней. Само собой разумеется, различия в стоимости труда и капитальных затрат имеют значение, тем не менее мы должны дать себе отчет в том, что при подобных сравнениях мы искусственно выдергиваем отдельные переменные из по сути дела гораздо более сложного уравнения.

Достаточно высокий уровень продуктивности капитала становится все более важным в условиях глобализированной экономики, для которой характерны обильный приток инвестиционного капитала и примерно одинаково высокие для всех издержки капитала. К сожалению, этому обстоятельству до сих пор придавалось мало значения, что странно, так как у Европы здесь серьезная проблема. Излишний технический перфекционизм в продукте, такая же ненужная зарегулированность и традиция, согласно которой в сомнительных случаях важнее слово инженера, а не продавца, представляются важнейшими основаниями для этого. Если бы Европа смогла повысить продуктивность капитала, более значительными были бы положительные последствия для ее позиций в конкурентной борьбе; это привело бы к более высокой прибыльности, более быстрому обороту средств и к столь желаемому с точки зрения конъюнктуры оживлению потребительского сектора.

### Список использованных источников

1. Мировая экономика. Экономика зарубежных стран. Учебник. Под ред. В. П. Колесова и М.Н. Осьмовой, – Москва, 2000. – с.57-66; 173-96.
2. Забелин, С., Кортен Д., Медоуз Д., Норберг-Ходж Х., Шуберт К. Глобализация или устойчивое развитие. Сборник статей. М., СоЭС, 2013.
3. Семенова, Л.Н. Устойчивое развитие. Учебное пособие. Алматы: Фонд «XXI», 2010.
4. Забелин, С. Время искать и время терять. – Москва: СоЭС, 2014.
5. Долгов, С.И., Васильев В.В., Гончаров С.П. Основы внешнеэкономических знаний: словарь - справочник. – Москва: Высшая школа, 2003.

## GLOBALIZATION AND THE NATION-STATE

**O.V. Konkova**

*Don State Agrarian University,  
Persianovsky, Russia*

The article examines the issues of the interests of the national state and, in particular, the regions that, due to economic and technological development, do not lose their quality of political actors, but their functions are radically beginning to change. Undoubtedly, the classical national state loses some of its competencies, since certain sovereign rights of the state are transferred to supranational organizations and since influential players in the form of multinational concerns have entered the arena of international politics.

**Keywords:** State, labor force, competitiveness, national income.

## ГОСУДАРСТВО И ЭКОНОМИКА

О.В. Конькова

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,  
п. Персиановский, Россия*

В статье рассматриваются вопросы системы государственного регулирования рыночной экономики, которая базируется на использовании экономических методов. Административные, или прямые, методы регулирования ограничивают свободу выбора хозяйствующего субъекта. Экономические методы управления действуют, таким образом, через рынок посредством рыночных механизмов. Разрушение системы административно – командных методов управления, блокирующих рыночные механизмы, – необходимое условие формирования и саморазвития рынка.

**Ключевые слова:** Государство, экономика, методы регулирования, предпринимательский выбор.

Рынок представляет собой хорошо отлаженный, несмотря на свой спонтанный характер, механизм, способный решать экономические задачи, стоящие перед обществом. Это, однако, не отрицает той роли, которую призвано играть государство. В плановой экономике государство играет решающую роль в определении всех экономических пропорций. При построении системы государственного регулирования экономики здесь господствует принцип «максимальной возможности»: все экономические процессы, которые в принципе поддаются централизованному регулированию, должны управляться центральными органами. В рыночной экономике основным регулятором экономических пропорций является рынок. Государственное регулирование играет вспомогательную роль. Оно строится на основе принципа «необходимости»: только в тех сферах, где рыночные регуляторы в силу различных причин неэффективны, допустимо и целесообразно государственное регулирование. Свои регулирующие функции государство выполняет посредством административных и экономических методов. Для командной экономики характерно преобладание административных методов регулирования. Система государственного регулирования рыночной экономики, напротив, базируется на использовании экономических методов. Административные, или прямые, методы регулирования ограничивают свободу выбора хозяйствующего субъекта. Например, директивные плановые задания по объему и ассортименту производимой продукции или централизованно установленные цены на товары и услуги – типичные методы административного регулирования в плановой экономике – лишают предприятие альтернативного использования ресурсов. В отличие от этого, экономические и косвенные методы государственного регулирования не ограничивают свободы предпринимательского выбора. Например, снижение налогов на бизнес или, скажем, понижение учетной ставки процента являются типичными методами экономического регулирования, направленного на рост производства и усиление инвестиционной активности предприятий. Последние увеличивают капиталовложения и объем произ-

водства не потому, что у них нет иного выхода. Они полностью свободны в выборе производственной программы и инвестиционной политики. Просто снижение налогов и учетной ставки процента делают рост производства и инвестиций более выгодными, чем прежде.

Разграничение между административными и экономическими методами регулирования до некоторой степени условно. Для того чтобы задействовать любой косвенный регулятор, необходимо предварительное административное решение соответствующих государственных органов, например решение об изменении налоговых ставок, о предоставлении налоговых льгот при продаже Центральным банком государственных облигаций, в этом смысле любые экономические регуляторы несут на себе печать администрирования. В то же время любой административный регулятор, прямо принуждая хозяйствующие субъекты выполнять те или иные действия, одновременно оказывает вторичное косвенное воздействие на целый ряд сопряженных экономических процессов. Например, административное повышение цен не только прямо определит их новый уровень, но через цены косвенно окажет влияние на состояние спроса и предложения, и в этом смысле можно сказать, что любые административные методы регулирования несут в себе черты, характерные для экономических, косвенных регуляторов. Тем не менее, рассматриваемый выше критерий позволяет, как правило, без особых проблем отличать на практике экономические методы от административных. Разграничение между ними принципиально важно с точки зрения природы экономических отношений. Административные методы регулирования диаметрально противоположны природе рынка, они блокируют действие соответствующих рыночных регуляторов. Если предприятию, например, директивно определены объем производимой продукции и размеры поставок сырья, оно не может отреагировать на изменение рыночной конъюнктуры путем увеличения или сокращения выпуска продукции. Чем выше сфера действия административных методов регулирования, тем уже сфера распространения и ниже эффективность реальных рыночных отношений. Экономические методы регулирования, напротив, адекватны природе рынка. Они непосредственно воздействуют на конъюнктуру рынка и через нее, косвенно, на производителей и потребителей товаров и услуг. Например, увеличение трансфертных платежей изменяет конъюнктуру рынка потребительских товаров, увеличивает спрос, что, в свою очередь, способствует повышению цен и заставляет товаропроизводителей увеличивать объем предложения. Экономические методы управления действуют, таким образом, через рынок посредством рыночных механизмов. Разрушение системы административно – командных методов управления, блокирующих рыночные механизмы, – необходимое условие формирования и саморазвития рынка. Демонтаж системы административных регуляторов знаменует собой начало реальных преобразований на пути к рыночной экономике. Это не означает, однако, полного отказа от использования административных методов в переходной экономике.

Даже на завершающих стадиях перехода к рынку и в условиях сложившейся рыночной экономики административные методы регулирования имеют немаловажное значение. Многочисленные стандарты, ограничивающие выбросы вредных отходов производства, прямые запреты на использование опасных технологий, производство, реализацию и рекламу вредной для здоровья людей продукции и т. п. ограничивают свободу предпринимательства и относятся к адми-



нистративным методам регулирования. Нередко используются методы регулирования внешнеэкономической деятельности, например импортные квоты, и т. д.

Создается традиционная для стран с рыночной экономикой двухуровневая банковская система, в рамках которой Центральный банк посредством экономических нормативов осуществляет регулирование деятельностью широкой сети коммерческих банков. Манипулируя учетной ставкой процента, изменяя формы обязательных резервов и другие нормативы, установленные для коммерческих банков, осуществляя операции с ценными бумагами. Центральный банк получает возможность проводить активную кредитно – денежную политику. Россия в силу своей ментальности, традиций и даже географического положения не может полностью принимать опыт других стран, поэтому правительство вынуждено было «изобретать» что – то новое в короткие сроки, пренебрегая тем, что процесс трансформации командной системы в рыночную носит обычно затяжной, долгий характер. Эта спешка и привела к настоящему положению в стране, которая на сегодняшний момент истощена 8 – летней реформацией. Экономические реформы сменяющих друг друга правительств чаще всего носили характер исправления ошибок предшественников, и зачастую не имели экономического оправдания. Другими словами, экономическая политика превратилась в способ раздела и дележки имущества. Справедливости ради, надо отметить, что некоторые меры правительства были эффективными, но запоздалыми.

#### **Список использованных источников**

1. Макконнелл, К.Р., Брю С.Л. «Экономикс: Принципы, проблемы и политика». В 2 т.: Таллинн. – 2001 г.
2. Платонов, В. С. «Введение в бизнес. Основы рыночной экономики». Ростов н/Д.: изд. «Феникс», 2007 г.
3. Самуэльсон, П. «Экономика». Севастополь: изд. «Ахтиар», 2001 г.
4. Пороховский, А. «Экономически эффективное государство: американский опыт» // ВЭ. – 2010. – №3. – с. 81-89.
5. Евграшин, А. «Из практики французского индикативного планирования» // РЭЖ. – 2013. – №2. – с. 84-87.
6. Лужков, Ю. «Россия в XXI в.: процветание или прозябание?» // ВЭ. – 2006. – №12. – с. 4-11.

#### **STATE AND ECONOMY**

**O.V. Konkova**

*Don State Agrarian University,  
Persianovsky, Russia*

The article discusses the issues of the system of state regulation of the market economy, which is based on the use of economic methods. Administrative, or direct, methods of regulation restrict the freedom of choice of an economic entity. Economic management methods thus operate through the market through market mechanisms. The destruction of the system of administrative and command management methods that block market mechanisms is a necessary condition for the formation and self-development of the market.

**Keywords:** State, economy, regulatory methods, entrepreneurial choice.

## МАРКЕТИНГ И КРИВЫЕ РАВНОВЕСИЯ

О.В. Конькова

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,  
п. Персиановский, Россия*

В статье рассматриваются вопросы характерные для равновесной кривой товара повседневного спроса в условиях, когда производители товара готовы предоставить потребителю любое его количество. Подобная ситуация интересна теоретически, но не практически. Маркетинг же ориентирован на практику. Именно поэтому останавливаться на случае с позиций практики невероятном нет особого смысла.

**Ключевые слова:** Маркетинг, цены, доходы потребителя, спрос, конкуренция.

Полученные проекции равновесных кривых на плоскость цена-доход являются ценным подспорьем в осуществлении ценовой политики в маркетинге. То обстоятельство, что не удалось найти что-либо похожее в экономической теории, вовсе не означает, что этого нет. Вполне возможно, что зависимость равновесной цены от доходов потребителя уже где-нибудь и кем-нибудь описана. В то же время это не стало достоянием массового читателя, а значит, можно говорить о некотором приоритетном изучении данного вопроса. Первый случай характерен для равновесной кривой товара повседневного спроса в условиях, когда производители товара готовы предоставить потребителю любое его количество. Третий случай равновесной кривой возможен в условиях, когда мощности производителя или ресурсное обеспечение ограничивают объемы товара, предлагаемого на рынок. В этом случае производитель никогда не сможет удовлетворить потребности в полном объеме, какие бы цены при этом ему ни предлагали. Второй случай является пограничным между первым и третьим. Четвертый случай характерен для товара, не являющегося предметом повседневного спроса.

Как легко убедиться, в каждом отдельном случае потребитель ведет себя по-разному, а значит, и маркетолог должен в каждом конкретном случае вырабатывать ту или иную ценовую политику.

Но прежде, чем рассмотреть эти случаи более подробно, необходимо сделать несколько замечаний. Действительно, представить себе ситуацию, когда максимальный объем потребностей в товаре в точности совпал с максимально возможным по технологическим и сырьевым ограничениям объемом производства, сложно. Ранее говорилось о том, что подобная ситуация интересна теоретически, но не практически. Маркетинг же ориентирован на практику. Именно поэтому останавливаться на случае с позиций практики невероятном нет особого смысла.

Следует сказать также и о том, что, на мой взгляд, наиболее часто должны встречаться ситуации с товаром повседневного спроса, подобные первому случаю, когда производитель готов предоставить за соответствующие цены любое количество товара. Ситуации с ограничением такой возможности крайне редки и

встречаются в экстремальных ситуациях, когда границы рынка являются закрытыми, а производители товара ограничены в своих возможностях.

Как легко убедиться в любом из рассматриваемых случаев, все пропорции и соотношения на рисунках условны и относительны. Поэтому, если рассматривать группы потребителей в зависимости от их доходов. Поэтому приходится вводить рабочее определение величины доходов - доход будет считаться малым, средним, значительным или большим, если потребитель с таким доходом способен к ажиотажному спросу, к насыщению, максимальному потреблению или уменьшению потребления данного товара соответственно. Значит, доходы определяются не в абсолютных значениях, а в относительных и эта относительность во многом определяется видом товара. Наиболее интересной для маркетолога будет группа со значительным доходом - в этом случае потребляется наибольший объем товара по наивысшей цене.

Группа потребителей с малым доходом готова приобретать данный товар по низкой цене и в очень незначительных объемах. Работать с этой группой потребителей нет смысла - уровень дохода маловат для того, чтобы «играть первую скрипку» и реагировать на маркетинговые уловки. С учетом того, что товар является предметом повседневного спроса, потребитель в любом случае будет его приобретать. В этом случае есть смысл реализовывать товар, не особо заботясь о его оформлении, гарантийном обслуживании, сервисе. Он может продаваться в обыкновенных магазинах, расфасованный в больших объемах для экономии средств на фасовку и снижении цены. Единственные усилия, которые в данном случае уместны, это усилия по привлечению внимания покупателя именно к товару данной фирмы. Впрочем, это достигается рекламой для других групп потребителей.

Группа потребителей со средним доходом потребляет значительно большее количество товара и готово платить за него повышенную цену. Эти потребители начинают более требовательно относиться к качеству товара и его оформлению.

Это значит, что фирме следует в максимальной степени привлечь на свою сторону эту группу потребителей - при незначительном увеличении доходов, эта группа превращается в группу со значительными доходами, и объемы потребления и цены приобретения для них будут максимальными. Поэтому маркетологам следует сделать все от них зависящее для того, чтобы склонить покупателей из этой группы на свою сторону - сделать их поклонниками марки именно данной фирмы, а не фирмы - конкурента.

Следует обратить особое внимание на качество товара и удобство его расфасовки - у потребителей данной группы следует привить привычку к предпочтению товара данной фирмы, а не другой.

Потребители со значительными доходами делают покупки товара по наиболее высоким ценам. При этом они готовы платить высокую цену за повышенный комфорт или удобство при пользовании данным товаром. Думается, что они отдадут предпочтение товару той фирмы, с которой имели дело раньше и были вполне удовлетворены его качеством и другими потребительскими свойствами.

Завоевать в данном сегменте покупателей новых сторонников очень сложно, поэтому рекламные усилия маркетологов следует сосредоточить на приверженцах марки, на поддержании у них положительного имиджа марки.

По-видимому, кардинальные изменения маркетинговой стратегии здесь не уместны - они могут отпугнуть консервативную часть потребителей.

Потребители с большими доходами проявляют небольшой интерес к товару и уже не готовы покупать его по высоким ценам - равновесные объемы и цены начинают падать для этой группы потребителей. Удержать их снижением цен или рекламой невозможно.

По-видимому, для этой группы потребителей менее свойственна приверженность к марке. Они готовы приобрести товар, если у него появляются некоторые новые качества, облегчающие процесс пользования им. Как видно из проекций равновесных кривых, которое может быть легко осуществлено с помощью маркетинговых исследований, дает возможность маркетологу разрабатывать эффективную маркетинговую стратегию.

### Список использованных источников

1. Конюхов, А.В. Влияние инноваций на экономическую безопасность и конкурентоспособность государства // Вестн. Рос. акад. естественных наук. Серия экономическая. 2012.

2. Додонов, В. Замедление мировой экономики. Тренд или аномалия? [Электронный ресурс]: <https://kapital.kz/economic/68963/zamedlenie-mirovoi-ekonomiki-trend-ili-anomaliya.html> (Дата обращения 13.08.2018 г.)

3. [Электронный ресурс]: Роль инновационного фактора в мировой экономике. Новые формы связи науки и бизнеса. // <http://pravo.studio/ekonomika/rol-innovatsionnogo-faktora-mirovoy-ekonomike-50091.html> (Дата обращения 13.08.2018 г.)

4. Макаров, О. МВФ предсказал замедление мировой экономики [Электронный ресурс]: Магазин исследований: аналитика по теме «Макроэкономика» <https://www.rbc.ru/economics/17/04/2018/5ad623b89a7947434c5fa03b> (Дата обращения 13.08.2018 г.)

5. Павлючева, О. С., Низамова Г. З. Вопросы формирования эффективной национальной инновационной системы России // Молодой ученый. – 2012. – №2. – С. 131-133. – URL <https://moluch.ru/archive/37/4215/> (дата обращения: 13.08.2018).

## MARKETING AND EQUILIBRIUM CURVES

**O.V. Konkova**

*Don State Agrarian University,  
Persianovsky, Russia*

The article deals with the issues characteristic of the equilibrium curve of the goods of daily demand in conditions when the producers of the goods are ready to provide the consumer with any quantity of it. This situation is interesting theoretically, but not practically. Marketing is focused on practice. That is why there is not much point in dwelling on the case from the standpoint of the incredible practice.

**Keywords:** Marketing, prices, consumer income, demand, competition.

## ПОКАЗАТЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНЬЮКТУРЫ

О.В. Конькова

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,  
п. Персиановский, Россия*

В статье рассматриваются вопросы ВВП и другие макроэкономические показатели которые являются показателями экономического состояния общества. Макроэкономические показатели важны для прогнозирования экономического развития страны, принятия правильных решений. И хотя различные показатели национального дохода не учитывают нерыночные и нелегальные сделки, изменения фонда свободного времени и качества товаров, состава и распределения совокупного выпуска, а также экологические последствия производства, тем не менее они являются довольно точными и полезными индикаторами экономического состояния страны.

**Ключевые слова:** Макроэкономика, качества товаров, потоки, факторы производства.

Макроэкономика занимается изучением законов функционирования всей национальной экономики в целом, а также входящих в нее так называемых агрегатов – домашних хозяйств, частного сектора, правительственного сектора. Макроэкономическая теория оперирует агрегированными показателями, важнейшим из которых является уровень цен. Агрегированию подвергаются все товары и услуги. Показателем экономического состояния общества являются макроэкономические показатели. Все важнейшие показатели, используемые в макроэкономическом анализе, принципиально разделяются на три группы: потоки, запасы (активы) и показатели экономической конъюнктуры. Потоки отражают передачу ценностей субъектами друг другу в процессе экономической деятельности, запасы – накопление и использование ценностей субъектами. Потоки представляют собой экономические параметры, значение которых измеряется в единицу времени, как правило, в расчете на год, значение экономических параметров запасов измеряется на определенный момент.

Валовый выпуск представляет собой стоимость всех товаров и услуг, произведенных в экономике за определенный промежуток времени. Валовый выпуск включает в себя абсолютно все товары, произведенные в экономике, в том числе и предназначенные для производства других товаров и услуг. Валовый национальный продукт (ВНП) – стоимость всех конечных товаров и услуг, произведенных в экономике за определенный промежуток времени. ВНП, в отличие от валового выпуска, очищен от промежуточного потребления. Как на практике избегают двойного счета, будет рассмотрено ниже. Чистый национальный продукт (ЧНП) представляет собой ВНП за минусом начисления на потребление капитала (амортизации). Показатель ЧНП имеет существенный недостаток: он

несет в себе искажения, которые вносит в структуру рыночных цен государство. Без вмешательства государства сумма рыночных цен всех товаров без остатка раскладывается на факторные доходы домашних хозяйств. Национальный доход (у) представляет собой чистый продукт, измеренный в ценах факторов производства. НД есть ЧНП минус косвенные налоги плюс субсидии.

Уровень национального дохода, который обеспечивается в условиях полной занятости, называется национальным доходом полной занятости. Показатели запасов и показатели экономической конъюнктуры. Имущество (активы) – любой источник законного нетрудового дохода. К имуществу относятся как реальные активы, например, реальный капитал (К), так и финансовые активы (акции, облигации), кроме того, выделяют имущественные права и интеллектуальную собственность. Портфель активов – совокупность активов, принадлежащих экономическому субъекту. Национальное богатство – суммарные активы, принадлежащие домашним хозяйствам фирмам и государству. Реальные денежные (кассовые) остатки – запас платежных средств, который экономический субъект желает держать в форме наличности.

При расчете ВВП используются три основных метода:

- Метод добавленной стоимости.

ВВП – это денежная оценка всех произведенных конечных товаров и услуг в экономике за год. При этом учитывается годовой объем конечных товаров и услуг, созданных на территории страны. Для правильного расчета ВВП необходимо учесть все продукты и услуги, произведенные в данном году, но без повторного, двойного счета.

- Метод расчета ВВП по расходам.

Поскольку ВВП определяется как денежная оценка конечных товаров и услуг, произведенных за год, постольку необходимо суммировать все расходы экономических субъектов на приобретение конечных продуктов.

- Метод расчета ВВП по доходам (распределительный метод).

ВВП можно представить как сумму факторных доходов (заработная плата, процент, прибыль, рента), т.е. определить как сумму вознаграждений владельцев факторов производства.

Если расчеты ВВП производить в текущих ценах, то может оказаться искаженным физический объем производства. Есть разница в значениях номинального и реального ВВП.

*Номинальный ВВП* подсчитывается в текущих ценах (PQ), где P- индекс цен, Q – физический объем производства. Для определения физического объема производства устанавливается базисный год и рассчитываются в его ценах произведенный в текущем году ВВП. Новый базисный год обычно определяется каждые 10-15 лет.

Реальный ВВП – это фактический объем выпуска продукции, рассчитанный в ценах базисного года. Для вычисления реального ВВП необходимо использовать индекс цен. Оценка вероятного уровня валового национального продукта (ВНП), является отправной точкой при определении долгосрочного прогноза экономического роста, так как это наиболее исчерпывающий измеритель экономического роста, имеющий всеобщее признание.

Таким образом, прогнозирование ВВП представляет процесс, разделенный на 3 этапа, в рамках которых определяется уровень ВВП и взаимосвязь с другими важнейшими показателями: 1 этап - составляющие компоненты ВВП; 2 этап - использование рабочей силы; 3 этап - компенсации, прибыль и цены.

Комбинируя эти шаги производится первоначальная оценка ВВП, которая затем используется при обосновании прогнозов постоянного и переменного капитала. Если эти прогнозные расчеты, значительно будут отличаться, то весь процесс согласований и пересчетов может повторяться до тех пор, пока не установится логическая последовательность рассматриваемых явлений.

Таким образом, макроэкономический прогноз представляет собой логическую последовательность разработки основных макроэкономических показателей, между которыми существует причинно-следственная связь. Качество прогнозов, полученных на основе подобных эконометрических моделей в значительной степени зависит от методов разработки макроэкономических переменных.

### **Список использованных источников**

1. Командоров, И.В. Проблема достоверности макроэкономических показателей // Материалы XXXVII международной научной студенческой конференции, Новосибирск, 1999 - <http://www.nsu.nsk.su/conf/issc/econ2/index.htm>.
2. Курс экономической теории / под ред. Чепурина М.Н. и Киселевой Е.А. – Киров, 1999.
3. Луссе, А. Макроэкономика. – С-Пб., 1999.
4. Макконел, К.Р., Брю С.Л. Экономикс. – М., 1995.
5. Савицкая, Е.В., Евсеев О.В. Экономический словарь для юных бизнесменов.

## **INDICATORS OF THE ECONOMIC CONJUNCTURE**

**O.V. Konkova**

*The Don State Agrarian University,  
Persianovsky, Russia*

The article discusses the issues of GNP and other macroeconomic indicators that are indicators of the economic state of society. Macroeconomic indicators are important for forecasting the economic development of the country, making the right decisions. And although various indicators of national income do not take into account non-market and illegal transactions, changes in the fund of free time and the quality of goods, the composition and distribution of total output, as well as the environmental consequences of production, nevertheless they are quite accurate and useful indicators of the economic state of the country.

**Keywords:** Macroeconomics, quality of goods, flows, factors of production.

## ФЕНОМЕН ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА

О.В. Конькова

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,  
п. Персиановский, Россия*

В статье рассматриваются вопросы «государственного долга и его последствий»; выясним, что представляет собой бюджетный дефицит; сколько существует концепций бюджета; выясним причины роста госдолга; отличие внешнего госдолга от внутреннего; показали, как большой государственный долг может вызвать кризис в экономике и также затронули тему экономической безопасности.

**Ключевые слова:** Государственный долг, финансовая политика, налоги, дефицит бюджета.

Для того, чтобы разобраться в проблеме государственного долга, необходимо сперва рассмотреть государственную фискальную политику; т.е. решение государственного сектора о расходах, налогах и займах.

Самым важным источником государственных доходов являются различные виды налогов, которые могут быть подразделены на три большие категории: налоги на доходы частных лиц и корпораций, в том числе отчисления из заработной платы на социальное страхование; налоги на расходы, в том числе налоги с продаж, акцизы и импортные тарифы; налоги на собственность, включая самые разнообразные налоги на дома и строения, сельскохозяйственные угодья и земли под постройки, а также на наследство. Поскольку современная фискальная политика допускает несбалансированность бюджета ради стабилизации экономики, она может повлечь за собой рост государственного долга. Давайте поэтому обратимся к феномену государственного долга - рассмотрим его причины, характеристики, масштабы и т.д.

Почему государственный долг увеличивается на протяжении всей истории страны? Что заставляет общество мириться с крупным и устойчивым дефицитом бюджета? На эти вопросы есть четыре ответа: войны, экономические спады, снижение налогов и недостаток политической воли. Основная задача в тот период состояла в том, чтобы перераспределить значительную часть экономических ресурсов, направив их из производства гражданской продукции на нужды военного производства. Государственные расходы на вооружение и содержание военнослужащих существенно возросли. Для решения этой проблемы можно было выбрать один из трех вариантов финансовой политики: повысить налоги, напечатать необходимое количество денег или прибегнуть к дефицитному финансированию. Слишком высокие налоговые ставки, очевидно, могли послужить препятствием к достижению этих целей. Эмиссия дополнительных денег для финансирования расходов усилила бы инфляцию.

Спады - вторая причина государственного долга. В периоды, когда национальный доход сокращается, налоговые поступления автоматически уменьша-



ются и образуется бюджетный дефицит. Снижение налогов - основной причиной крупных бюджетных дефицитов. Закон о налогах для стимулирования экономического возрождения обеспечил значительное снижение как индивидуального подоходного налога, так и налога на прибыль, создав, тем самым, структурный дефицит федерального бюджета, то есть такой дефицит, при котором бюджет не был бы сбалансированным, даже если бы экономика функционировала при полной занятости на всем протяжении начала 80-х г.

Недостаток политической воли - мы также можем утверждать, что дефицит бюджета и растущий государственный долг есть не что иное, как результат отсутствия политической воли и решимости. Расходы зачастую приносят дополнительные голоса на выборах, а повышение налогов влечет за собой политическую опалу. Хотя политики и их избиратели выступают против бюджетного дефицита, конкретные предложения сократить расход или повысить налоги обычно встречают больше сопротивления, чем поддержки. Особенно трудно поддаются сокращению программы социальных льгот.

Динамика и структура государственного долга РФ характеризуется рядом существенных особенностей. Прежде всего, необходимо указать на стремительный рост (абсолютной и относительной величин) внутреннего государственного долга РФ вследствие бурного развития рынка сочетали в себе сверхвысокую доходность и максимальную надежность, что сформировало из них едва ли не самый привлекательный экономический актив. Динамика внешнего государственного долга РФ определялась принятием на себя обязательств бывшего СССР, а также участием МВФ в финансировании экономических реформ в России. Наконец, следует учитывать, что продолжающийся спад производства усугубляет проблему обслуживания государственного долга, и уменьшения его бремени. Может ли крупный государственный долг привести государство к банкротству, лишив его возможности выполнять свои финансовые обязательства? Ни в коем случае, и тому есть три причины:

1. Рефинансирование – когда подходит ежемесячный срок выплаты части долга, правительство обычно не сокращает расходы и не повышает налоги, чтобы погасить облигации, срок которых истек. На самом деле правительство рефинансирует свой долг; оно продает новые облигации и использует выручку для выплат держателям погашаемых облигаций.

2. Налогообложение – правительство имеет конституционное право облагать население налогами и собирать их.

3. Создание денег – банкротство государства очень сложно себе представить еще и потому, что государство вправе печатать деньги, которыми можно выплатить и основную сумму долга, и проценты по нему. Создание новых денег для выплаты процентов или погашения основной суммы долга может иметь инфляционный эффект. Но очень трудно поверить в возможность банкротства, когда правительство обладает полномочиями создавать новые деньги, просто включив печатный станок.

В мировой практике случаи отказа правительства от выполнения своих финансовых обязательств нередки, хотя, как правило, дефолт объявляется по внешнему долгу. Между тем, самой большой «неожиданностью», если так можно выразиться, российского дефолта 1998 года явился отказ от платежей именно по внутреннему долгу. Событие более чем интересное и удивительное. Нехватка

валютных резервов, ведущая к дефолту по внешнему долгу для развивающейся, а в России - стагнирующей, переходной экономики - неприятное, но вполне понятное и объяснимое явление. Понятен и дефолт по внутреннему долгу для страны с ограниченным правом эмиссии собственной валюты. Россия же, по крайней мере формально, не была лишена права чеканить свою собственную валюту. Станет ли государственный долг бременем для будущих поколений? Сначала нужно спросить: кто является держателем государственного долга, кому мы должны? Ответ таков: в основном мы должны самим себе. Таким образом, государственный долг является одновременно и общественным кредитом. Следовательно, погашение государственного долга породило бы гигантские потоки трансфертных платежей, т.к. гражданам пришлось бы выплачивать более высокие налоги, а правительству выплачивать бóльшую часть этих налоговых сборов тем же самым налогоплательщикам для погашения ценных бумаг, находящихся в их распоряжении. Хотя в результате такого гигантского финансового трансферта произошло бы значительное перераспределение дохода, оно не обязательно должно вызвать немедленное снижение совокупного богатства в экономике или уровня жизни населения.

#### **Список использованных источников**

1. Велиева, И.С. Поиск оптимальной стратегии отказа от экстренных мер поддержки российского банковского сектора // Деньги и кредит. – 2010. – №5. – С.58.
2. Голубев, А.В. Тенденции аграрной динамики России. – Москва: РГАУ–МСХА им. К.А. Тимирязева. – 2011. – 240 с.
3. Делавинья, С. Психология и экономика: результаты эмпирических исследований, часть 2. Общественно ориентированные предприятия и нестандартные убеждения // Вопросы экономики. – 2011. – №5. – С.56.
4. Кузнецов, В.В., Тарасов, А.Н., Дунаев, В.Л. Прогнозирование производства сельскохозяйственной продукции, сырья, продовольствия: методика, сценарии, инструменты // Ростов н/Д: ГНУ ВНИИЭиН Россельхозакадемии, 2011. –179 с.
5. Савицкая, Г.В. Экономический анализ: учеб. / Г.В. Савицкая.– 10–е изд., испр. – Москва: Новое знание, 2004.– 640с., с.617

#### **THE PHENOMENON OF PUBLIC DEBT**

**O.V. Konkova**

*Don State Agrarian University,  
Persianovsky, Russia*

The article discusses the issues of «public debt and its consequences»; find out what the budget deficit is; how many budget concepts exist; find out the reasons for the growth of public debt; the difference between external and internal public debt; showed how large public debt can cause a crisis in the economy and also touched on the topic of economic security.

**Keywords:** Public debt, financial policy, taxes, budget deficit.

## БАЛАНСОВЕДЕНИЕ КАК НАУКА: СУЩНОСТЬ И ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ В РОССИИ

М.А. Кубарь, Т.В. Фисько

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,  
п. Персиановский, Россия*

В данной статье рассмотрены этапы развития науки балансоведение, а также сущность, функции и роль на предприятии.

**Ключевые слова:** балансоведение, бухгалтерский учет, счетоводство, счетоведение, ученые, предприятие.

Основой бухгалтерского учета является балансоведение. Балансоведение в России сформировалось в конце XIX века. Балансоведение – это наука об экономической сущности бухгалтерского баланса, принципах его построения, правилах оценки статей и использовании балансовой информации в целях управления предприятием [2].

Изучение сущности балансоведения занимались российские и зарубежные ученые такие как: И.Р. Николаев, И.Ф. Шерра, А.П. Рудановский и т.д. Ученые внесли большой вклад в бухгалтерский учет и разбили его на два основных направления – это счетоведение и счетоводство.

Счетоведение (наука) – основное его направление сущность и структура фактов хозяйственной деятельности предприятия. Основная задача раскрыть содержание хозяйственных процессов и связи между юридическими и экономическими категориями.

Счетоводство (практика) – основное его направление анализ, наблюдение, свод, передача данных. Основная задача предоставление данных, информации, которые помогут принять управленческие решения.

Обобщив эти два направления ученые создают новое – это балансоведение. Это позволило сформировать стройную систему бухгалтерского учета. Такая система уже состояла из трех элементов, что позволило счет характеризовать как техническую сторону учета, а баланс как методологическую. Следовательно баланс – это метод оценки имущественного состояния предприятия. В начале ученые понятие «баланс» трактовали по разному: «равновесие», «отчетная форма», «разница между двумя сторонами счета».

Баланс – является основным документом для предприятия, который составляется в табличной форме на определенную дату. У источников балансоведения стояли – юристы. Они утверждали, что баланс документ, который может подтвердить способность предприятия (собственника) рассчитаться с кредиторами (заемщиками). Также они утверждали, что баланс – это документ, который является доказательной базой для экономических, юридиче-

ских споров на судах и будет использоваться для решения различных вопросов в хозяйственных спорах.

При составлении бухгалтерского баланса должны соблюдаться следующие принципы:

- денежного выражения – все показатели должны быть отражены в едином денежном измерении;

- обособленного предприятия – баланс относится к конкретному предприятию, а не к лицам, связанным с ним. В активе баланса учитывается личное имущество предприятия, а в пассиве за счет каких источников оно приобретено;

- действующего предприятия – доказывает о том, что предприятие действует, показанное на балансе имущество имеет учетную стоимость, а в случае ликвидации предприятия присваивается отметка и вступают в силу специальные правила оценки показателей баланса;

- учета по себестоимости – на баланс предприятия активы ставятся по первоначальной стоимости, то есть по стоимости на момент приобретения, а не по настоящей текущей рыночной стоимости.

- двойственности – актив всегда равен пассиву, то есть в балансе активы на левой стороне равны капиталу на правой стороне.

За все время создания, изучения – бухгалтерский баланс неоднократно изменялся. Например:

В Средние века купцы строили баланс и обращали внимание на необходимость его ревизии. Баланс включал в себя средства производственной деятельности и личное имущество предприятия (собственника).

В 1899 году в России создается Устав о промысловом налоге, который предписывал всем юридическим лицам каждый год публиковать свои балансы в журнале «Вестник финансов», для отражения в нем материального и финансового положения.

В 20-е годы прошлого века, сложилась концепция коммерческого расчета, из-за этого отчетность стали предоставлять для фискальных целей государства. Ужесточились требования к балансу. Отчет некоторых предприятий публикуются в средствах массовой информации. Самым главным показателем является рентабельность на вложенный капитал. Организации начинают уходить от налогов и из-за этого фискальные органы получили право ввести уточняющие коэффициенты при определении налогооблагаемой прибыли. Все это способствовало появлению стабильности в составлении баланса и государство законно проверяло его составление.

В 50-е годы была пересмотрена форма бухгалтерской отчетности и формы баланса. Были разработаны формы первичных документов и был упорядочен первичный учет. Документооборот стал намного проще.

В первой половине XX века баланс составлялся по принципу брутто. В балансе показывались наряду с хозяйственными средствами контрарные статьи. Это привело к завышению итогов баланса. Но во второй половине 20 века произошло реформирование системы бухгалтерского учета. Бухгалтерская отчетность изменилась и сократилась. Баланс также изменился. Бухгалтерский

баланс приобрел горизонтальную форму, актив и пассив расположились напротив друг друга. Пассив баланса сравнивался с активом, что позволяло делать экономический анализ и производить контроль денежных средств. Таким образом, баланс стал балансом – нетто. Баланс приобретает вертикальную форму. Вначале баланса показывались статьи актива, подбивался итог актива, а затем статьи пассива, итог пассива. Актив должен быть равен пассиву.

Таким образом, бухгалтерский учет и его отчетность прошли многие этапы развития в стране. Баланс стал основным документом для любого предприятия и составляется в табличной форме на определенную дату. Этот документ служит для оценки имущественного состояния предприятия, его анализа и для составления дальнейших прогнозов. При составлении бухгалтерского баланса необходимо учитывать правильность его составления, определенные законами страны.

### **Список использованных источников**

1. Болтунова, Е.М. История бухгалтерского учета: учебное пособие / Е.М. Болтунова, Т.И. Костина. – Ульяновск: УлГАУ имени П. А. Столыпина, 2012. – 145 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/133792> (дата обращения: 06.12.2021).

2. Дынникова, Е.В. Теоретические основы бухгалтерского учета: учебное пособие / Е.В. Дынникова, Е.В. Ягупова. – Волгоград: Волгоградский ГАУ, 2019. – 112 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/119934> (дата обращения: 01.12.2021).

## **BALANCE STUDIES AS A SCIENCE: THE ESSENCE AND STAGES OF DEVELOPMENT IN RUSSIA**

**M.A. Kubar, T.V. Fisko**

*Don state agrarian University,  
Persianovsky, Russia*

This article discusses the stages of the development of the science of balance studies, as well as the essence, functions and role in the enterprise.

**Keywords:** balance sheet science, accounting, bookkeeping, accounting, scientists, enterprise.

## МЕСТО И РОЛЬ МЕТОДОВ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ БАНКОВ

О.В. Курганова

*ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королева»,  
г. Самара, Россия*

В данной статье рассмотрены инструменты информационно-аналитической деятельности, применяемые при выполнении требований стандартов ЦР РФ по обеспечению информационной безопасности банковских организаций.

**Ключевые слова:** информационная безопасность, информационно-аналитическая деятельность, банковская система.

В настоящее время все более актуальной становится проблема оценки имеющейся в финансово-кредитных организациях системы информационной безопасности и повышения ее эффективности. Необходимость решения данной проблемы привела к широкому применению методов информационно-аналитической деятельности при обеспечении безопасности информационных ресурсов банковских организаций.

Курнос Ю.В. определяет информационно-аналитическую деятельность как «специфический вид мыслительной деятельности человека, связанный с извлечением из массива входных данных информации на основе использования некоторой относительно устойчивой субъективной модели мира».

В информационно-аналитической деятельности широко применяются методы системного анализа, которые подразделяются на формальные и неформальные методы. Формальные методы - это методы, в основе которых лежат математические вычисления и которые позволяют определить вероятность реализации угроз, размер убытков в случае реализации угроз и т.д. Неформальные методы имеют в своей основе гуманитарные знания и опыт специалистов. Данные методы направлены на получение качественных оценок состояния защищенности информационных ресурсов, определение каналов движения конфиденциальной информации, источников угроз и т.д. [1]. Для получения наиболее полных результатов исследования необходимо комбинировать различные методы, компенсируя их слабые стороны.

При построении и эксплуатации системы информационной безопасности необходимо использование информационно-аналитических методов. Например, при анализе объекта защиты используются такие инструменты, как структурный анализ (определение рационального числа уровня управления, состава элементов, связей между ними и т.д.), функциональный анализ (определение целей и

распределение функций управления, разработка наиболее эффективных методов решения задач управления и т.д.), организационный анализ (изучение методов сбора и обработки информации, определения содержания документов, порядок их учета, оформления, хранения и т.д.).

Информационно-аналитическое обеспечение информационной безопасности банков регламентируется следующими нормативными актами:

1) стандарт Банка России СТО БР ИББС-1.0-2014 «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации. Общие положения»;

2) стандарт Банка России СТО БР ИББС-1.1-2007 «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации. Аудит информационной безопасности»;

3) стандарт Банка России СТО БР ИББС-1.2-2014 «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации. Методика оценки соответствия информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации требованиям СТО БР ИББС -1.0-2014.

Данные нормативные акты определяют идеальную модель системы информационной безопасности в банковских организациях, и задачей службы безопасности является приближение реально существующей модели к этому образцу.

В нормативном акте СТО БР ИББС-1.0-2014 определены основные понятия в сфере информационной безопасности банковских организаций, установлены единые требования по созданию системы защиты информации, предложены меры по повышению эффективности мероприятий, направленных на обеспечение защищенности информации [2]. Выполнение перечисленных требований и проведение мероприятий невозможно без использования инструментов информационно-аналитической деятельности. Например, с помощью аналитических методов выявляются угрозы и уязвимости системы, посредством вероятностных и статистических методов оцениваются вероятность реализации угроз и возможный размер ущерба, благодаря графическим методам осуществляется наглядное представление структуры системы защиты информации, информационных потоков в организации, возможных каналов утечки данных. Неформальные методы используются при проверке истинности результатов исследований, оценке соответствия полученных результатов цели исследования и т.д.

Стандарт Банка России СТО БР ИББС-1.1-2007 регламентирует проведение аудита информационной безопасности банковской организацией, определяет основные цели, принципы, план его проведения, основные источники свидетельств аудита и содержание отчета о проделанной работе[3]. В ходе работы используются такие методы информационно-аналитической деятельности, как оценка уязвимостей, методы системного анализа, комплекс формальных и неформальных методов.

Стандарт Банка России СТО БР ИББС-1.2-2014 регламентирует методы оценки соответствия системы защиты информации требованиям стандартов, определяет показатели информационной безопасности и методы их оценивания

[4]. Для определения соответствия между структурными элементами СТО БР ИББС-1.0, содержащими требования и групповые показатели информационной безопасности, применяются методы наглядного представления данных (таблицы и диаграммы).

Итак, можно сделать вывод, что для создания системы защиты информации необходимо выполнение требований указанных стандартов, что невозможно без применения методов информационно-аналитической деятельности.

### **Список использованных источников**

1. Курносов, Ю.В., Конотопов, П.Ю. Аналитика: методология, технология и организация информационно - аналитической работы [Текст] / Ю.В. Курносов, П.Ю. Конотопов. – Москва: Издательство «Русаки», 2004 г. – 550 с.

2. Стандарт Банка России СТО БР ИББС-1.0-2014 «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации. Общие положения» [Электронный ресурс]. – Введ. 01-06-2014.– Режим доступа: <https://cbr.ru/statichhtml/file/59420/st-10-14.pdf>, свободный (дата обращения: 13.05.2021)

3. Стандарт Банка России СТО БР ИББС -1.1-2007 «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации. Аудит информационной безопасности» [Электронный ресурс]. – Введ. 01-05-2007.– Режим доступа: <https://cbr.ru/statichhtml/file/59420/st11.pdf>, свободный (дата обращения: 13.05.2021).

4. Стандарт Банка России СТО БР ИББС -1.2-2014 «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации. Методика оценки соответствия информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации требованиям СТО БР ИББС -1.0-2014 [Электронный ресурс]. – Введ. 01-06-2014. – Режим доступа: <https://cbr.ru/statichhtml/file/59420/st-12-14.pdf>, свободный (дата обращения: 13.05.2021).

## **THE PLACE AND ROLE OF INFORMATION AND ANALYTICAL METHODS IN PROVIDING INFORMATION SECURITY OF BANKS**

**O.V. Kurganova**

*Samara National Research University Academician S.P. Korolev,  
Samara, Russia*

This article discusses the tools of information and analytical activities used to meet the requirements of the Central Bank of the Russian Federation standards to ensure the information security of banking organizations.

**Keywords:** information security, information and analytical activities, banking system.



## ПРОБЛЕМА РАСЧЕТА СТОИМОСТИ В КИНОИСКУССТВЕ. СОПОСТАВЛЕНИЕ БЮДЖЕТА И КАССОВЫХ СБОРОВ

Ю.А. Курникова<sup>1</sup>

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена анализу процесса формирования бюджетов фильмов и их реальной прибыли. Другими словами, в исследовании проводится сравнение бюджетов фильмов и их кассовых сборов.

**Ключевые слова:** бюджет фильма, кассовые сборы, оптимальный бюджет, затраты, кинопрокат.

Сегодня мы все чаще слышим об огромных бюджетах и кассовых сборах отечественных и голливудских фильмов. В современных реалиях коммерческий успех кинокартины важен так же, как ее художественная ценность. Только режиссёр, фильм которого окупился в прокате, может рассчитывать на продолжение. Постепенно прибыль об кинокартины становится мерилom ее успеха на равне со статуэтками главных кинопремий мира.

Составление бюджета фильма начинается задолго до начала его съемок. Бюджет многократно пересматривается и оптимизируется для достижения наименьшего числа затрат. Чаще всего бюджет проекта делится на четыре части:

- ключевые участники проекта (кинорежиссёр, сценарист, продюсер, главные актеры);
- прямые производственные затраты (наёмный персонал, декорации, костюмы, реквизит, грим, освещение и прочее);
- пост-производственные затраты (монтаж фильма, спецэффекты, музыка и прочее);
- дополнительные затраты (страховка, непредвиденные расходы и прочее).

Оптимальным считается бюджет, в котором затраты на ключевых участников проекта составляют его треть. На прямые производственные затраты уходит большая часть бюджета. Однако, мы знаем, что работа над фильмом не заканчивается с последним съемочным днем. Скорее, наоборот, тогда и начинается самый ответственный процесс. Оставшаяся часть бюджета уходит на пост-производственные затраты [3, 6, 7]. К общей сумме затрат на первые три пункта добавляют 30 % от получившейся суммы на дополнительные затраты. При окончательном расчёте общей суммы кино бюджета на инфляцию и общее состояние рынка. Бюджет не включает в себя затраты на маркетинг и рекламу. Эти затраты берет на себя дистрибьютор фильма (компания ответственная за прокат фильма).

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

Кассовые сборы – это сумма выручки от продажи билетов на фильм во всех кинотеатрах, где он шел. Но кассовые сборы – это не сумма чистой прибыли киностудии, а оборот фильма до вычета каких-либо расходов. Кинотеатрам уйдет 45-50 % от заработанной суммы, дистрибьюторам 15-30 %. То есть, создавшая фильм киностудия, получают только 35-40 % от этой суммы. Ярким примером такого распределения заработанных средств служит крупнейшая сеть кинотеатров AMC в США. Их доход от продажи билетов за 2016 год составил 1,84 миллиарда долларов. Из этой суммы студийный сбор составил 977 миллионов долларов, что равняется 53 % (суммарная доля киностудий и дистрибьюторов) от всей прибыли.

Кинокартина считается почти окупившейся, если собирает сумму сопоставимую с ее бюджетом. Так как большое влияние на коммерческий результат имеет еще и последующая пост-прокатная реализация (может составлять более 40 % от заработка киностудии).

В пример можно привести последний фильм знаменитого режиссера и сценариста Квентина Тарантино «Однажды в Голливуде». Бюджет фильма составил 90 миллионов долларов. То есть, чтобы фильм полностью окупится именно в кинопрокате (не беря в расчет пост-прокатную реализацию) для киностудии кассовые сборы должны составлять 300 миллионов долларов (при условии, что киностудия получит 30 % от прибыли кассовых сборов). Общие сборы данной кинокартины составили чуть больше 374 миллионов долларов, следовательно, мы можем сделать вывод, что фильм полностью окупил себя только за счет кассовых сборов и принес создателем более 70 миллионов чистой прибыли (за счет пост-прокатной реализации фильм собрал еще более 150 миллионов долларов).

Подводя итоги, стоит отметить, что для коммерческого успеха фильма важно реально оценивать его потенциал. В настоящее время над разработкой бюджета для кинокартины трудятся целые отделы экономистов и маркетологов. Реальная оценка социальной, экономической и политической ситуации невероятно важна для последующего успеха фильма. Фильм считается полностью окупившемся в кинопрокате, если собирает сумму более чем в три раза превышающую его бюджет. Так же фильм может быть почти окупившемся, если в кинопрокате собирает сумму сопоставимую его бюджету, так как киностудия может заработать еще более 40 % от кассовых сборов, продавая права на показ фильма в различных онлайн кинотеатрах и стриминговых сервисах.

### **Список использованных источников**

1. Бордмен, А.О. Как снимается кино. История кинематографа / А.О. Брондмэн // Манн, Иванов и Фербер. 2019.
2. Беленький, И. История кино / И. Беленький // Альпина Паблишер. 2019.
3. Уолтер, М. Искусство монтажа: путь фильма от первого кадра до кинотеатра. / М. Уолтер // Бомбора. 2020.
4. Смит, Й.Х. Главное в истории кино / Й.Х. Смит, Т. Круговых, М. Захаров // Альпина Паблишер. 2020.
5. Родригес, Р. Кино без бюджета / Р. Родригес, А. Вапнярчук, М. Красовская // Манн, Иванов и Фербер. 2015.

6. Леонов, С.А. Принципы эффективной презентации и продвижения бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

7. Леонов, С.А. Применение методики деловых игр в управлении бизнес-проектами // Дневник науки. 2021. №1 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/1/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 02.02.2021).

## **THE PROBLEM OF CALCULATING THE COST IN CINEMA ART. COMPARISON OF BUDGET AND CASH RATE**

**Y.A. Kurnikova**

*FSBEI HE»St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article is devoted to the analysis of the process of forming film budgets and their real profit. In other words, the study compares film budgets and box office receipts.

**Key words:** film budget, box office, optimal budget, costs, film distribution.

**УДК 64.011.44**

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ ПЕРЕРАБОТКИ ПРОДУКЦИИ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕГИОНА**

**В.С. Курносков, Е.А. Гордополов**

*ФГБОУ ВО «Кубанский ГАУ им. И.Т. Трубилина»,  
г. Краснодар, Россия*

В статье рассмотрены практические аспекты развития переработки продукции в сельскохозяйственных организациях Краснодарского края, проведен анализ эффективности развития переработки продукции в сельскохозяйственные предприятия региона. Определены направления внедрения переработки продукции в отрасль молочного животноводства. Предложен к реализации универсальный проект организации завода по переработке молока на примере типичного крупного сельскохозяйственного предприятия Краснодарского края.

**Ключевые слова:** эффективность, инвестиции, рентабельность, экономика организации.

В сложившихся условиях затяжных мировых финансовых кризисов, нестабильности валютных курсов и падения покупательского спроса перед производственными организациями независимо от формы собственности первостепенными задачами становятся сохранение их целостности и развитие в будущем.

Производственное функционирование современных коммерческих предприятий осуществляется не только за счет применения и эксплуатации факторов производства (трудовых, материальных ресурсов, капитала), но и за счет внедрения инноваций, расширения производственных мощностей, развития инвестиционной деятельности. Во время производственного процесса трудовые ресурсы аграрных предприятий с помощью средств труда воздействуют на предметы труда и превращают их в различные виды готовой продукции. В этой связи в современных сложившихся условиях появляется особая необходимость роста экономической эффективности развития переработки продукции в сельскохозяйственных организациях региона.

Проведенный нами анализ экономической эффективности производства и реализации продукции в сельскохозяйственных организациях Краснодарского края выявлена низкая эффективность отрасли животноводства.

Типичными для региона является многоотраслевые предприятия, производящие широкий ассортимент сельскохозяйственной продукции: Нами предлагается инвестировать средства в модернизацию переработки молока и производство молочной продукции в сельскохозяйственные организации для обеспечения жителей близ лежащих населенных пунктов качественными продуктами питания.

Нами предлагается внедрение и эксплуатация отвечающего всем современным требованиям отечественного завода по переработке молока. Фактически, это отдельный, автономный блок-контейнер, в котором уже укомплектовано все необходимое оборудование.

Учитывая средние цены на молочную продукцию переработка молока в хозяйстве позволит получать ежегодно свыше 2 млн. руб. чистой прибыли. Совокупные затраты включают в себя: оплату труда технолога, лаборанта, мастера и рабочих, единый социальный налог, транспортные затраты, коммунальные расходы, реклама, налоги и др.

Для реализации данного инвестиционного проекта потребуются инвестиции в размере 7,2 тыс. руб., включая проект на завод, шефмонтаж, инструктаж выделенного персонала, выпуск опытной партии продукции, гарантийное обслуживание. В таблице 1 представлен расчет показателей экономической эффективности инвестиционного проекта организации переработки молока в типичной сельскохозяйственной организации.

Расчет экономической эффективности инвестиционного проекта показал, что при инвестиционных затратах 7,2 млн. руб. денежной выручке при выходе оборудования на проектную мощность – 5206 тыс. руб. и валовая прибыль переработки молочной продукции в типичном крупном сельскохозяйственном предприятии Краснодарского края составит около 2230 тыс. руб. ежегодно, что позволит окупить вложения в течение 3,9 лет при работе в одну смену. Чистый дисконтированный по ставке 15% доход организации составит 1709,3 тыс. руб., а индекс рентабельности инвестиций 1,23.

Таблица 1 – Расчет показателей экономической эффективности инвестиционного проекта организации переработки молока в типичной сельскохозяйственной организации

Показатель	Интервалы планирования					
	2021 г. (0-й)	2022 г. (1-й)	2023 г. (2-й)	2024 г. (3-й)	2025 г. (4-й)	2026 г. (5-й)
Инвестиционные издержки, тыс. руб.	7183	-	-	-	-	-
Итого приток, тыс. руб.	-	5206	5727	6299	6929	7622,5
Совокупные затраты, тыс. руб.	-	2833	3117	3428	3771	4148,2
Налоги, тыс. руб.	-	142,4	156,6	172	1895	208,4
Чистый денежный поток, тыс. руб.	-7183	2230	2453,4	2699	2969	3266
Коэффициент дисконтирования (r=15%)	1,0	0,870	0,756	0,658	0,572	0,497
Чистый дисконтированный поток, тыс. руб.	-7183	1940,1	1854,8	1775,9	1698,3	1623,2
То же нарастающим итогом	- 7183	-5242,9	-3388,1	-1612,2	86,1	1709,3
Чистый дисконтированный доход (NPV), тыс. руб.	1709,3					
Дисконтированный срок окупаемости, лет	3,9					
Индекс рентабельности инвестиций (IR)	1,23					
Внутренняя норма доходности (IRR)	28,3 %					

В условиях экономической нестабильности необходимо определить границу окупаемости инвестиций. Рассчитать значение ставки дисконтирования при которой организация сможет возратить свои инвестиционные вложения с нулевой прибылью.

Таким образом, реализация инвестиционного проекта позволит организации не только диверсифицировать производственно-хозяйственную деятельность, но и повысить экономическую эффективность деятельности типичного сельскохозяйственного предприятия Краснодарского края и позволит приносить дополнительную прибыль, а также даст возможность привлечь новых покупателей посредством распространения молочной продукции с названием организа-

ции, а также эффективно размещать свободные финансовые ресурсы в экономически эффективное производство.

### **Список использованных источников**

1. Курносов, В.С. Внедрение инноваций в производственную деятельность сельскохозяйственных организаций Краснодарского края / Вестник Академии знаний. – 2018. – № 4 (27). – С. 149-153.

2. Курносов, В.С. Эффективность инвестиций в совершенствование кормления племенных лошадей в Краснодарском крае // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2011. – № 29. – С. 39-42.

3. Сайфетдинова, Н.Р. Методические и практические аспекты оценки эффективности аграрного производства / Н.Р. Сайфетдинова, К.Э. Тюпаков, А.Р. Сайфетдинов // Проблемы достижения экономической эффективности и социальной сбалансированности: Императивы, правовые и хозяйственные механизмы. Международной научно-практической конференции, посвященной 95-летию Финансового университета. Ответственный редактор: Сорокожердьев В.В., 2014. –С. 170-176.

4. Трубилин, А.И. Экономическая эффективность технико-технологической модернизации производства продукции растениеводства сельскохозяйственных организаций / А.И. Трубилин, В. И. Нечаев, К.Э. Тюпаков, Ю. И. Бершицкий, Н. Р. Сайфетдинова, А. Р. Сайфетдинов, В.С. Курносов // Краснодар: КубГАУ, 2017. – 302 с.

5. Тюпаков, К.Э. Приоритетные направления развития племенного коневодства / К.Э. Тюпаков, В.С. Курносов //Труды Кубанского государственного аграрного университета. –2010. – № 23. – С. 70-74.

6. Тюпаков, К.Э. Управление эффективностью использования производственно-ресурсного потенциала организаций и подотраслей АПК / К.Э. Тюпаков, В.С. Курносов, А.А. Манило // Социальная сфера общества: инновационные тенденции развития: материалы IV Международной научно-практической конференции / Институт экономики и управления в медицине и социальной сфере. - Краснодар, 2013. – С. 233-235.

7. Черепухин, Т.Ю. Формирование и оценка ресурсного потенциала развития региона / диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук // Северо-Кавказский государственный технический университет. Ставрополь, 2011.

### **ECONOMIC EFFICIENCY OF PRODUCT PROCESSING DEVELOPMENT IN AGRICULTURAL ORGANIZATIONS OF THE REGION**

**V.S. Kurnosov, E.A. Gordopolov**

*Kuban State University named after I.T. Trubilin,  
Krasnodar, Russia*

The article considers the practical aspects of the development of product processing in agricultural organizations of the Krasnodar territory, analyzes the effective-

ness of the development of processing products in agricultural enterprises of the region. The directions of the introduction of product processing into the dairy farming industry have been determined. A universal project for the organization of a milk processing plant is proposed for implementation on the example of a typical large agricultural enterprise of the Krasnodar Territory.

**Keywords:** efficiency, investment, profitability, organization economics.

УДК 336

## ПРОБЛЕМА ЦЕНТРАЛИЗАЦИИ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

Л.А. Курицына, Е.О. Тихонова

*Арзамасский филиал ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», г. Арзамас, Россия*

В данной статье рассматривается проблема централизации проведения госзакупок в государственных учреждениях, меры по совершенствованию системы закупок для государственных нужд.

**Ключевые слова:** государственные закупки, децентрализация, федеральный закон, государственное учреждение.

Госзакупки простыми словами – это приобретение товаров, работ и услуг для обеспечения государственных нужд. Закупка товара, работы и услуги для обеспечения государственных и муниципальных нужд – это определенные действия, осуществляемые в рамках Федерального закона в определенном порядке заказчиком и направленные на удовлетворение потребностей в данных закупках. Закупка начинается с выбора способа определения поставщика (подрядчика, исполнителя), проведения выбранного способа закупки, заключения контракта и завершается исполнением всех обязательств по заключенному контракту. Регулируется закупочная деятельность для госнужд Федеральным законом от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее – Закон № 44-ФЗ).

Федеральный закон регулирует отношения, направленные на обеспечение госнужд в целях повышения эффективности, обеспечения прозрачности и гласности осуществления таких закупок, результативности осуществления закупок товаров, работ, услуг, предотвращения коррупции и других злоупотреблений в данной сфере, в части, касающейся:

- 1) планирования закупок товаров, работ, услуг;
- 2) определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей);
- 3) заключения контрактов;

- 4) особенностей исполнения контрактов;
- 5) аудита в сфере закупок товаров, работ, услуг;
- 6) мониторинга закупок товаров, работ, услуг;
- 7) контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд (далее - контроль в сфере закупок) [1].

Согласно требованиям статьи 4 закона №44-ФЗ все госзакупки размещаются заказчиками на официальном сайте Единой информационной системе в сфере закупок (сокращенно ЕИС). Адрес данного ресурса - [www.zakupki.gov.ru](http://www.zakupki.gov.ru). В ЕИС содержится реестр заключенных контрактов, план-графики закупок, данные о текущих закупках, реестр недобросовестных поставщиков, отчеты заказчиков о проведенных закупках и заключенных договорах, информация о спорах и жалобах и другая нужная информация.

Согласно ст.13 закона №44-ФЗ заказчиками осуществляются закупки для обеспечения федеральных нужд, нужд субъектов Российской Федерации и муниципальных нужд, а именно для:

- 1) достижения целей и реализации мероприятий, предусмотренных государственными программами, муниципальными программами;
- 2) исполнения международных обязательств Российской Федерации, реализации межгосударственных целевых программ;
- 3) выполнения функций и полномочий органов власти и муниципальных органов.

К принципам осуществления закупок для госнужд относятся:

- открытость, прозрачность информации о контрактной системе в сфере закупок;
- обеспечение конкуренции;
- профессионализм заказчиков;
- стимулирование инноваций;
- единство контрактной системы в сфере закупок;
- ответственность за результативность обеспечения государственных и муниципальных нужд;
- эффективность осуществления закупок.

Объекты закупок – вещи и/или процессы приобретаемые, получаемые в результате закупки. Объекты закупок обычно относят к 3 категориям: товары, работы, услуги. Расходы на закупки составляют значимую часть (30–80 %) всех расходов государственных и муниципальных организаций (предприятия), и поэтому, даже небольшие улучшения и оптимизация процесса расходования средств, способны принести существенный эффект [3].

Существуют следующие виды (способы) проведения закупочных процедур:





Рисунок 1 – Виды (способы) проведения закупочных процедур

Закон №44-ФЗ достаточно ёмкий, он регламентирует проведение каждого способа закупочной процедуры и является достаточно сложным для проведения сотрудником не компетентным в данной области. В связи с этим возникают проблемы в проведении государственных закупок в государственных учреждениях.

На сегодняшний день в большинстве госучреждений размещение госзаказа производится децентрализованно - каждое обособленное бюджетное учреждение самостоятельно изыскивает поставщиков (в пределах выделенных бюджетных средств) и заключает государственные контракты [2].

Именно проблема децентрализации закупочных процедур характерна для малых образований. Заказчики зачастую не могут профессионально разбираться в закупках товаров, работ, услуг. Как правило, сотрудники большинства бюджетных, автономных, казенных и т.д. учреждений совмещают обязанности контрактного управляющего с основным объемом работы. Возможно предположить, что в перспективе закупочными процедурами займется профессиональное структурное подразделение, через которое будет осуществляться размещение заказов, которые смогут разобраться в характеристиках различных товаров, работ и услуг.

В функционал уполномоченных органов должны входить вопросы организации планирования, проверки обоснованности начальной цены контракта, формирования корректного технического задания, проведения процедуры торгов, сопровождение процедуры заключения и исполнения контракта, приемка и экспертиза предоставленных услуг, товаров и выполненных работ.

Суть данного предложения состоит в том, чтобы организовать процедуры в рамках полномочий учредителя либо нанять на коммерческой основе фирму с целью определить, насколько эффективной будет закупка, какие условия по закупкам будут решающими, какие требования к участникам должны быть установлены для каждого случая государственного заказа. Рассмотрим возможные варианты организации такой деятельности:

1) создание подразделения, полностью отвечающего за проведение закупочных процедур;

2) конкурс на право проведения закупочных процедур для организации.

Первый вариант позволит устанавливать собственные критерии оценки, но потребует материальных затрат. Кроме того, ввиду централизации существенно увеличивается возможность коррупции со стороны лиц, принимающих решения.

Второй вариант предпочтителен, так как использование услуг компетентной организации по проведению закупок для госучреждений позволит повысить их объективность и обоснованность ввиду прямой заинтересованности фирмы «консультанта» в результатах оценки предложений. Здесь также потребуются дополнительные финансы, но исключается коррупционная составляющая. Необходимо отметить, что централизацию закупок для государственных нужд можно осуществлять с позиции межмуниципального и межрегионального взаимодействия, что позволит оптимизировать закупки. Данное предложение состоит в том, чтобы оптимизировать процесс материально - технического снабжения в рамках более крупных объединений: вместо одной организации - в рамках нескольких организаций.

Следует отметить, что в российских условиях возможность подобного подхода установлена в ст. 25 Закона №44-ФЗ [2], в результате чего возникает возможность проведения закупок между несколькими организациями.

Таким образом, предложенные меры по совершенствованию системы закупок для государственных нужд заключается в централизации проведения государственного заказа, что позволит выбирать оптимальные условия проведения конкурсов. Основными условиями эффективной реализации предложенных мероприятий являются создание подразделения входящего в состав учредительного органа, осуществляющей взаимодействие с поставщиками, и централизация оценки планируемых закупок с тем, чтобы исключить возможности злоупотреблений со стороны поставщиков.

### **Список использованных источников**

1. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс»: сайт. – URL.: <http://www.consultant.ru/>

2. О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 21.07.2005 № 94-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс»: сайт. – URL.: <http://www.consultant.ru/>.

3. Люшина Э.Ю. Применение ресурсного подхода к оценке устойчивости развития промышленных предприятий // Сборник статей IV Международной научно-практической конференции «Проблемы социально-экономической устойчивости региона». Пенза. Издательство: Пензенский государственный аграрный университет, 2007. – С.179-182.

# THE PROBLEM OF CENTRALIZATION OF PUBLIC PROCUREMENT IN PUBLIC INSTITUTIONS

L.A. Kuritsyna, E.O. Tikhonova

*Arzamas branch National Research Nizhny Novgorod State University,  
N.I. Lobachevsky,  
Arzamas, Russia*

This article discusses the problem of centralization of public procurement in public institutions, measures to improve the procurement system for public needs.

**Keywords:** public procurement, decentralization, federal law, state institution.

УДК 330.322.01

## ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Т.Р. Лебедева<sup>1</sup>

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена анализу эффективности инвестиционных проектов, методов оценки. Другими словами, в исследовании рассматривается понятие эффективность инвестиционного проекта, виды, методы и этапы эффективности.

**Ключевые слова:** инвестиция, эффективность, оценка эффективности, виды эффективности проекта, эффективность проекта в целом, эффективность участника в проекте, эффективности инвестиции, экономическая эффективность.

Инвестиционные ресурсы очень ограничены, поэтому их эффективное использование востребовано. Для рационального использования инвестиций можно установить два подхода: для реализации проекта предусмотрен объем инвестиций, затем необходимо стремиться к получению максимального эффекта от их использования; учитывая результат, который необходимо получить от вложения капитала, следовательно, необходимо найти возможности для минимального потребления инвестиционных ресурсов.

Инвестиционные проекты рассматриваются по многим критериям. По социальной значимости, уровню привлечения ресурсов и др. Главную роль в этих оценках играет эффективность инвестиционного проекта.

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

Эффективность означает, что итоги, вырученные от проекта, соизмеримы со стоимостью проекта.

Эффективность инвестиционного проекта - категория, показывающая соответствие проекта, целям и интересам участникам проекта, а значит, субъектов инвестиционной деятельности и общества в целом. Таким образом, термин «эффективность инвестиционного проекта» означает эффективность проекта.

Оцениваются типы эффективности.

1. Эффективность проекта в целом. Оценка эффективности инвестиционного проекта проводится для обозначения предполагаемых выгод проекта и привлечения инвесторов. Эффективность включает в себя: общественную и коммерческую эффективность проекта.

Общественная (социально-экономическая) эффективность проекта. Эффективность учитывает последствия создания инвестиционного проекта для общества в целом, затраты на проект и результаты его, а также социальные, экологические и другие эффекты.

Коммерческая эффективность проекта. Показывает финансовые последствия для участника проекта, при этом предполагается что у участника есть все средства для проекта, и он не нуждается в финансировании.

2. Эффективность участия в проекте. Просчитывается вероятность финансового осуществления данного проекта и причастность участников, вовлеченных в него. Проект может быть высшей ступени или быть социально важным. Вовлечение нескольких инвесторов в инвестиционный проект может привести к несоответствию важности проектов интересам.

Необходимо оценить эффективность проекта по следующим направлениям: для каждого участника; для возможных акционеров; степень эффективности, создаваемая потенциальность участвовать в деятельности юридического лица на уровне выше, чем уровень участника.

Результативность содействия в проекте включает: предприятия, вложения в акции предприятия, структуры высшего уровня, бюджет характерного уровня.

Все типы инвестиционных проектов созданы на отношении стоимости и результатов проекта, но различаются по строению и оценке.

Есть два основных этапа, на которых оценивается проект.

Первый этап. Оценка показателей эффективности проекта в целом. В общественно эффективных инвестиционных проектах:

Проект не является социально значимым, следовательно, не рекомендуется к осуществлению;

Проект не является в достаточной степени социально значимым, необходимо учитывать только его коммерческую эффективность и увеличивать ее разными вариантами поддержки;

Социально немаловажный проект оценивается, прежде всего, по его социальной эффективности.

Для локальных проектов оценивается только коммерческая эффективность.

Цель первого этапа – проверить целесообразность проекта и заинтересованность участников. Как только участники будут удовлетворены результатами, вы можете приступить к следующему шагу.

Второй этап. Учет состава участников, их эффективность и финансовая целесообразность. Основные задачи:

- оцените реализуемость проекта. Проверяется его соответствие всем существующим ограничениям;
- оценивая его абсолютную эффективность, все затраты по проекту не меньше его конечной стоимости;
- оценить сравнительную эффективность проекта, чем проект перевешивает альтернативу;
- оцените самый эффективный набор проектов из всех. Выбирается оптимальный проект.

Для локальных проектов оценивается эффективность и результативность инвестиций.

Для социально значимых проектов эффективность оценивается, если она является удовлетворительной, и расчет производится для обоих локальных проектов. На втором этапе рассматриваются многие виды эффективности, потому что для любого инвестора проект должен быть прибыльным с точки зрения его интересов. Также необходимо учитывать общественные и экологические воздействия и рассчитывать затраты.

Подводя итоги вышесказанного, следует отметить, эффективность оценивается от начала инвестиционного проекта до конца его ликвидации. Проект можно рассматривать с разных точек зрения: трудовых ресурсов, экологической и общественной значимости. Главное в оценке занимает эффективность инвестиционного проекта, которое рассматривается в несколько этапов. Рассматриваются не только уровень дохода с этого проекта, но и интересы участников.

#### **Список использованных источников**

1. Ковалёв, В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. – Москва: Финансы и статистика, 1995.
2. Экономика предприятия: Под редакцией С. Ф. Покропивного. Учебник. В 2-х т. т. 1. – К.: «Хвиля-прес», 1995.
3. Басовский, Л.Е. Экономическая оценка инвестиций [Текст]: учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – Москва: Инфра-М, 2010. – 241 с. : ил. - (Высшее образование).
4. Староверова, Г.С. Экономическая оценка инвестиций [Текст]: учебное пособие / Г. С. Староверова, А. Ю. Медведев, И. В. Сорокина. - 3-е изд., стер. – Москва: Кнорус, 2010. – 312 с.
5. Андриянов, А.Ю. Инвестиции [Текст]: учебник / Андриянов, А.В., Валдайцев, С.В., Воробьев, П.В. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Проспект, 2011 – 592 с.
6. Леонов, С.А. Принципы эффективной презентации и продвижения бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).
7. Леонов, С.А. Принципы эффективной разработки бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL:

<http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

8. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).

## EVAIUTION OF THE EFFECTIVENESS OF INVESTMENT PROJECTS

**T.R. Lebedeva**

*FSBEI HE»St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article is devoted to the analysis of the effectiveness of investment projects, assessment methods. In other words, the study examines the concept of investment project efficiency, types, methods and stages of efficiency.

**Key words:** investment, efficiency, efficiency assessment, types of project efficiency, project efficiency as a whole, participant's efficiency in the project, investment efficiency, economic efficiency.

УДК 338

## ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

**Е.С. Лермонтова<sup>1</sup>**

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

В современном мире все более интенсивно развивается торговля на маркетплейсах. Данные торговые площадки дают возможность развития малого и среднего предпринимательства. В исследовании рассмотрены возможности развития индивидуального предпринимательства на цифровых площадках, а также представлены преимущества и недостатки их использования.

**Ключевые слова:** маркетплейсы, интернет-торговля, индивидуальное, предпринимательство, торговая площадка.

В условиях пандемии в России все более эффективно развивается интернет-торговля. Ввиду этого автор рассматривает возможности развития индиви-

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

дуального предпринимательства на маркетплейсах. Данные интернет-площадки являются наиболее распространёнными инструментами электронной торговли. Они представляют собой виртуальную торговую платформу продажи и покупки товаров.

Согласно исследованиям Data Insight, в период с 2019 по 2024 годы среднегодовой темп роста российской онлайн-торговли составит 33,2 %, при этом объём продаж товаров через сеть Интернет вырастет с 1,7 до 7,2 трлн. руб., что подтверждается повышением интереса к маркетплейсам со стороны предпринимательских структур. На текущий момент наиболее популярными торговыми интернет-площадками являются:

Яндекс. Маркет. Данная интернет-площадка позволяет покупателям искать и сравнивать цены товаров. Она объединяет более 20 тысяч интернет-магазинов и обслуживает аудиторию около 4 млн человек в день.

Wildberries – крупнейшая торговая интернет-площадка в России, объединяющая около 30 тысяч поставщиков, различных видов товаров.

Ozon- площадка, возникшая в 1998 году, совершающая ежедневно около 120 тысяч заказов в день. Пользователи площадки отмечают удобную систему регистрации и редактированием карточек [4, С.144-146].

Субъекты малого и среднего предпринимательства не имеют возможности конкурировать с крупными сетями, предлагая такой же ассортимент и цены своим клиентам. Затраты на хранение, транспортировку, продвижение товаров, расходы на маркетинг при небольших объёмах продаж не позволяют предложить покупателям конкурентные цены. В случае же изготовления товаров, изделий небольшими партиями, предприниматель все равно вынужден искать рынок сбыта и способ продвижения своих товаров. Маркетплейсы являются, в этом случае, одним из самых оптимальных способов сбыта товаров, при котором индивидуальный предприниматель затратит минимальные усилия с минимальными вложениями. Также данными торговыми онлайн-площадками субъекты малого предпринимательства могут воспользоваться для привлечения внимания к своему бренду.

На сегодняшний день крупные маркетплейсы оказывают полный спектр услуг по взаимодействию с покупателями, доставке и упаковке товаров, приему оплаты, а также размещению информации о товарах, что позволяет не нести затраты на организацию и обслуживание собственного интернет-магазина. Индивидуальные предприниматели имеют возможность размещать свою продукцию, не имея собственного сайта.

Говоря о преимуществах данных интернет-площадок, мы можем отметить такие, как онлайн-витрина, помощь с логистикой, хранение клиентской базы. Также привлечение большого количества людей ежедневно, дает возможность расширить аудиторию. Малые предприниматели имеют возможность в рамках онлайн-площадки работать на равных с крупными предпринимателями. Маркетплейсы дают полный отчет о товарах, которые лучше продаются, а также как ведет себя покупатель при выборе определенного товара.

Продвигая свой товар на маркетплейсах, индивидуальные предприниматели могут столкнуться с такими недостатками, как: высокая конкуренция. Иногда данный недостаток может перекрывать все преимущества. После размещения товара предприниматель сталкивается с конкуренцией. Большое количество

участников могут продавать аналогичную продукцию. Для того, чтобы завоевать место на рынке онлайн-товаров и достигнуть больших объемов продаж, необходимо предложить продукт, обладающий некоторой уникальностью, либо имеющий определенные преимущества. Чтобы покупатель смог найти именно ваш товар, необходимо заниматься продвижением карточек своей продукции.

Маркетплейсы набирают огромную популярность в мировой практике. Финансовый сектор в США представляет 7,2 % ВВП, и в отличие от традиционных игроков, торговые площадки обладают способностью быть гибкими и эффективными. [5, С.31]. В России этот процесс только набирает свою популярность и имеет большой потенциал для дальнейшего развития. В условиях пандемии бесконтактная торговля становится не только более популярной, но порой жизненно необходимой. Безусловно, пандемия изменила экономику страны. Сегодня наблюдаются шаги со стороны государства в направлении запуска цифровых торговых площадок. [6, С.74].

В результате введения ограничительных мер, связанных с распространением новой коронавирусной инфекции, торговля на маркетплейсах достигла высокого уровня. Приобретать товары на онлайн-площадках можно в любое время суток, в любом месте, независимо от наличия или отсутствия тех или иных ограничений. Потенциальные покупатели предпочитают приобретать товары на онлайн-платформах так как это занимает меньше времени. Поэтому перейти из офлайн торговли в онлайн торговлю – это самый оптимальный вариант для индивидуального предпринимателя.

Таким образом, маркетплейсы с каждым днем набирают все большую популярность и проникают во все сферы жизнедеятельности населения. Отметим, что онлайн-площадки имеют достаточно много преимуществ перед офлайн торговлей. Несмотря на то, что у маркетплейсов существуют недостатки, мы можем ожидать только рост и продвижение данных интернет-площадок не только в Российской Федерации, но и во всем мире. На наш взгляд наилучшим способом развития малого и среднего предпринимательства является переход на маркетплейсы. Это даст индивидуальным предпринимателям возможность без лишних затрат и с минимальными усилиями вывести свою продукцию на мировой рынок, а также вести честную конкурентную борьбу с крупными брендами. Также маркетплейсы – это отличная возможность познакомить большую часть людей со своей продукцией.

#### **Список использованных источников**

1. Михайлюк, М.В. Маркетплейсы как фактор прогрессивной трансформации интернет-торговли в России: логический аспект // Экономические науки. – 2019. – №172. – С. 57-61.
2. Ракитина, И.С. Роль проекта «Маркетплейс» в развитии финансового рынка. Центральный научный вестник. – 2018. – С. 23.
3. Соловей, Ю.А., Быканова Н.И. «Маркетплейс» – локомотив роста электронной коммерции банковских продуктов. Вектор экономики. – 2019. – №10 (40). – С. 39.



4. Мурзак, М.М., Гумерова Г.И. Почему российским интернет-магазинам стоит размещаться на маркетплейсах? // «Инновации и инвестиции». – 2021. – №4.

5. Батюк, Б.В., Егорова Д.А. Финансовый маркетплейс как инструмент цифрового перехода в экономике Российской Федерации // Ученые записки Российской академии предпринимательства. – 2019. – №3. – Т.18. – С. 29-36.

6. Литвинов, Е. А., Савинов Ю. А., Тарановская Е. В. Современное состояние и перспективы международной торговли на маркетплейсах // Российский внешнеэкономический вестник. – 2021. – №5. – С. 67-79.

7. Марченков, А. А. Маркетплейсы как главный тренд электронной коммерции // Научные стремления. – 2019. – № 26. – С. 65-67.

## **OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF INDIVIDUAL ENTREPRENEURSHIP ON MARKETPLACES**

**E.S. Lermontova**

*FSBEI HE»St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

In the modern world, marketplace trading is increasingly developing. These trading platforms provide an opportunity for the development of small and medium-sized enterprises. The study considers the possibilities of developing individual entrepreneurship on digital platforms, as well as presents the advantages and disadvantages of using these trading platforms.

**Keywords:** marketplaces, Internet trading, individual entrepreneurship, trading platform.

**УДК 336.71**

## **МОШЕННИЧЕСТВО В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ**

**Н.В. Лихолетова, С.Н. Романцова**

*ФГБОУ ВО Донской государственный аграрный университет,  
п. Персиановский, Ростовская область, Россия*

В данной статье рассматривается мошенничество в банковском секторе. Банковский сектор испытывает определенные убытки от мошеннических действий, несмотря на то, что банки тратят значительные средства на поддержание безопасности своего имущества и имущества клиентов. Специфика мошенниче-

ства в банковском секторе лежит в сфере общественных отношений, что послужило основанием для выделения такого деяния

**Ключевые слова:** хищение, денежных средств, мошенничество, обман, афера, банковский сектор, банковская деятельность, пластиковая карта.

Несмотря на то, что в настоящее время мошенничество в банковском секторе довольно распространенное явление, но это не должно означать, что банки должны признать этот факт и принять его. Банки постепенно внедряют методы, направленные на выявление и предотвращение мошенничества. Мошенничество один из видов хищений денежных средств с банковских карт и счетов людей, который давно известно российскому законодательству.

Обман – данное хищение постороннего собственности либо получение полномочия в постороннее собственность линией мошенничества либо злоупотребления доверием. Обман признано более популярным правонарушением, совершаемым в банковском секторе.

В современной жизни состав мошенничества определяется как действие лица, которое «с намерением предоставить себе или третьему лицу незаконные имущественные выгоды, наносит ущерб имуществу другого лица, вводит его в заблуждение или поддерживает его в заблуждении, представляя ложные факты как истинные, искажая или скрывая фактические факты». Формирование и развитие банковской системы Российской империи, а также развитие банковского законодательства началось в период правления Александра II. Своим указом император поручил Правительствующему сенату создать Государственный банк Российской империи, а также подписал устав банка. Санкт-Петербургское кредитное общество стало первым кредитным учреждением нового типа, основным видом деятельности которого было ипотечное кредитование [5].

Первоначальные криминальные кодексы русского этапа никак не акцентировали обман в банковской области. Но они включали единое представление аферы, также причисляли его к хищению имущества, либо злоупотребления доверием с целью извлечения выгоды. В советский период коммерческих банков не было по этой причине обман в банковском секторе был незначительный и затрагивал ситуации, сопряженные с индивидуальными взносами, которые, как правило, располагались в сберегательном банке [4].

Банковская сфера, которой мошенник наносит вред, определяется терминами, которые содержатся исключительно в Федеральных законах «О банках и банковской деятельности», «О Центральном банке Российской Федерации», а также в других нормативных актах Банка России. В связи с тем, что банковские отношения разнообразны по своим формам, мошенничество в этой сфере может совершаться различными способами. Кредитная организация обязана соблюдать установленные Банком России требования к системам управления рисками и капиталом, внутреннего контроля, включая требования к деятельности руководителя службы внутреннего контроля и руководителя службы внутреннего аудита кредитной организации, в банковских группах.

Одним из наиболее распространенных способов кражи денег является мошенничество с кредитными картами. В первой половине 2020 года мошенни-

ки похитили у клиентов банка с карт 4 млрд рублей, осуществив более 360 тысяч несанкционированных транзакций. Из них банкам удалось вернуть потерпевшим лишь 12,1 % (около 485 млн рублей), а общая сумма похищенных средств на 39 % превышает показатели за аналогичный период прошлого года.

Во время пандемии телефонное мошенничество стало набирать обороты. Кроме того, мошенники используют эти виды мошенничества с помощью SMS-уведомлений, мобильного банкинга, вирусных приложений и карт с телефонной связью для изъятия денег.

Одним из самых распространенных киберпреступников в последнее время стал «фишинг» – это разновидность аферы, при которой киберпреступники под каким-то предлогом вынуждают граждан предоставить конфиденциальную информацию «в наших интересах», то есть ситуация создается искусственно, где требуется помощь специалиста [1].

Мошенничество с кредитными картами – это упрощенная преступная деятельность. Только слушание и здравый смысл способны защитить граждан от мошенников. Есть несколько способов обезопасить себя от мошенников:

- подключить мобильный банк, чтобы отслеживать все операции по счету и, в крайнем случае, быстро реагировать на действия злоумышленников;

- не храните большие суммы на одном счете. Стоит приобрести несколько дебетовых карт для разных целей и использовать одну карту только для интернет-платежей, а другую, например, для повседневных покупок продуктов;

- для кредитных карт с бесконтактным способом оплаты необходимо установить минимальный кредитный лимит, когда вы платите без ПИН-кода или вообще не работает – тогда оплата без пароля работать не будет;

- не передавайте свою кредитную карту третьим лицам, не сообщайте никому свой PIN-код;

- не платить за неизвестные SMS;

- при подозрении или факте несанкционированного вывода средств со счета необходимо немедленно заблокировать его;

- код CVC / CVV2 лучше стереть со всех банковских карт на оборотной стороне, переписать и хранить в доступном только вам месте.

Кроме того, можно приобрести аксессуары безопасности, такие как держатели, специальные кошельки и экранированные кошельки, содержащие защитный материал, защищающий от мошеннических радиосигналов. Они особенно актуальны для бесконтактных кредитных карт [3].

Штрафы для лиц, совершающих мошеннические действия с использованием банковских карт, предусмотрены пунктом 3 статьи 159 Уголовного кодекса Российской Федерации определяет различные нормы наказания преступников в зависимости от серьезности причиненного ущерба.

Безопасность кредитных и дебетовых карт сильно зависит от держателей карт. Следовательно, необходимо соблюдать максимально возможный уровень защиты. Карту нужно хранить в надежном месте, не доверять подозрительным людям и следить за состоянием аккаунта. В экстренной ситуации обратится в банк и полицию.

В заключение следует отметить, что существует множество способов обманного использования банковских карт. Мошенники умело приспосабливаются к прогрессу [2], изобретая новые мошеннические схемы. Держатели карт и пользователи Интернета должны быть осведомлены о мошеннических действиях. Кроме того, чтобы быть грамотным и внимательным при использовании банкоматов, мобильной связи, услуг в интернет-магазинах следует внимательно заполнять анкеты и формы различных сайтов.

#### **Список использованных источников**

1. Бондарь, А.В. Мошенничество как вид преступного посягательства против собственности и особенности его проявления в сфере банковской деятельности: Уголовно правовой аспект: автореф. дис. ... канд. юрид. наук / А.В. Бондарь. – Красноярск, 2003. – 22 с.

2. Козодаева, О.Н., Обыденнова А.С. Способы совершения мошенничества с использованием банковских карт / О.Н. Козодаева, А.С. Обыденнова // Ученые записки Тамбовского отделения РoСМУ. – 2019. – №13. – С.52-58.

3. Лихолетова, Н.В. Мошенничество в банковской сфере: виды и способы борьбы с ними / Н.В. Лихолетова // Научное пространство: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XII Международной научно-практической конференции (г.-к. Анапа, 19 ноября 2019 г.). – Анапа: Изд-во «НИЦ ЭСП» в ЮФО, 2019. – С. 51-54.

4. Романихина, К.Н. Риски мошенничества в банковской сфере и пути их устранения / К.Н. Романихина, Т.В. Гапоненко // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – № 52. – С. 118-120.

5. Шихов, П.И. Способы совершения мошенничества в финансово кредитной сфере / П.И. Шихов, И.В. Громов // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. – 2008. – №4. – С. 80-83.

## **FRAUD IN THE BANKING SECTOR**

**N.V. Likholetova, S.N. Romantsova**

*FSBEI HE Don State Agrarian University  
p. Persianovsky, Rostov region, Russia*

This article discusses fraud in the banking sector. The banking sector is experiencing certain losses from fraudulent actions, despite the fact that banks spend significant funds to maintain the security of their property and the property of customers. The specifics of fraud in the banking sector lies in the sphere of public relations, which served as the basis for the allocation of such an act

**Keywords:** embezzlement, money, fraud, deception, scam, banking sector, banking activity, plastic card.

## ВИДЫ РЫНКОВ КОНКУРЕНЦИИ НА ПРИМЕРЕ СУЩЕСТВУЮЩИХ КОМПАНИЙ В СФЕРЕ МАШИНОСТРОЕНИЯ, СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА И СВЯЗИ

К.В. Лобанова<sup>1</sup>

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена процессу конкуренции на отдельных рынках. Другими словами, в данной статье рассматриваются все виды рынков по типам конкуренции, а также приведены примеры таких рынков и компаний, существующих на них.

**Ключевые слова:** конкурентность, рынок, свободная конкуренция, монополия, олигополия.

Конкуренция в экономике играет немаловажную роль, ведь от неё зависит какие предприятия способны существовать на рынке. Поэтому автор решил разобрать данную тему на примере некоторых фирм.

Вначале, обратимся к термину «конкуренция»: состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке [1].

Существуют такие виды конкуренции как: чистая (свободная), подразумевает собой экономическую модель, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, но формируют её своим вкладом спроса и предложения, то есть составляют равновесное состояние рыночных условий. А так же другой вид – монополистическая конкуренция, что подразумевает собой ситуацию рыночного поведения фирм, промежуточная между ситуациями свободного рынка и монополии. Рынок монополистической конкуренции продавцов аналогичен совершенному конкурентному рынку в том смысле, что в нем также много фирм и проникновение новых фирм не ограничено. Но он отличается от рынка совершенной конкуренции тем, что рыночная продукция дифференцирована: каждая фирма продает особый тип или вариант товара, который отличается по качеству, оформлению или престижности, и каждая фирма является монопольным производителем своей марки товара.

Существуют также виды рынков по типу конкуренции: рынок свободной конкуренции, монополистической, олигополия и монополия. Автор рассмотрит их всех по отдельности.

Начнём с рынка свободной (или как ещё называют чистой) конкуренции. Данный рынок предполагает, что вся продукция (товары и услуги) одинакова

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

(имеет одинаковые «параметры» и качество) и имеется множество продавцов. На рынке с данной конкуренцией покупатель и продавец не могут повлиять на изменение цены. Она в своё время устанавливается благодаря равновесию между спросом и предложением. На рынке этого типа нет ограничений для входа в отрасль. Данный рынок является лишь теоретическим, то есть в реальности его не существует. Однако, есть приближенные к ней, например: фондовая биржа, на которой множество продавцов торгуют ценными бумагами, одинаковыми по своей сущности.

Далее автор приводит пример рынка совершенной конкуренции. Представим рынок сельского хозяйства, где фермеры продают совершенно одинаковые яблоки, эти яблоки ничем не отличаются друг от друга по качеству и у всех продавцов они соответственно одни и те же. Стать фермером, который продаёт яблоки или наоборот перестать быть продавцом возможно без препятствий в любой момент. На таком рынке продавцы не могут сами установить цену на товар. Поэтому устанавливается цена, которая устраивает и покупателей и продавцов.

Второй тип рынка: с монополистической конкуренцией. Данный рынок предполагает большое количество продавцов с одним типом похожих товаров и услуг, но которые различаются по характеристикам, в том числе и качеству продукции. Где каждая фирма стремится сделать свой уникальный товар, но их товары или услуги взаимозаменяемы. Вход и выход с рынка является достаточно свободным. Продавцы незначительно могут влиять на цену.

Пример про рынок монополистической конкуренции можно привести такой: в современном мире существует множество компаний по производству автомобилей. Каждая имеет свою собственную «марку», но все товары относятся к одному типу, на всех из них можно ездить. Но если человек хочет приобрести конкретную машину, например модели «BMW X2», то именно её он сможет приобрести непосредственно у компании «BMW», в других автомобильных компаниях её не производят.

Третий тип рынка, разбираемый автором, является олигополия. Олигополия - то тип рынка несовершенной конкуренции, характеризующийся присутствием на рынке товара нескольких производителей [2]. При олигополии на рынке существует несколько крупных производителей. Вход и выход с данного рынка является затруднительным. Фирмы на данном типе рынка устанавливают цену опираясь на ценовую политику друг друга.

Примером такого рынка служит рынок сотовой связи в России. Здесь существует три компании мобильной связи: МТС, Билайн, Мегафон. Они являются единственными возможными службами по сотовой связи.

И последний тип рынка по конкуренции: монополия. Чистая монополия – тип рынка, при котором единственная компания является производителем и продавцом данного вида продукции [3]. На рынке существует лишь одна компания, которая и составляет всю отрасль. Единственный продавец какой-либо продукции. Вход в данный тип рынка существенно затруднён. Монополист полностью регулирует цену и контролирует предложение.

Примером монополии в России можно считать компанию-перевозчика российская сеть железных дорог «РЖД». Она является единственной компанией по перевозке пассажиров железнодорожным транспортом в России.

Подводя итог вышесказанному, автор разобрал на примерах все виды рынков с различными типами конкуренции [4, 5, 6]. В данных примерах содержались реально существующие компании. Из чего можно сделать вывод, что конкуренция является одним из важнейших пунктов существования рынка.

### **Список использованных источников**

1. Оберт, Т.Б. Теория Конкуренции: учебное пособие для студентов экономических специальностей / Оберт Т.Б. // 2014. – 12 с.

2. Курс экономической теории: учебник – 5-е исправленное, дополненное и переработанное издание / Сафрончук М.В. // Киров: АСА, 2004. Гл. 7, 1 с.

3. Конкуренция и конкурентоспособность: Учебное пособие / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина // Екатеринбург Издательство Уральского университета 2014. – 22 с.

4. Леонов, С.А. Принципы эффективной презентации и продвижения бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

5. Леонов, С.А. Принципы эффективной разработки бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

6. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).

## **TYPES OF COMPETITION MARKETS ON THE EXAMPLE OF EXISTING COMPANIES IN THE AREA OF MACHINE BUILDING, AGRICULTURE AND COMMUNICATIONS**

**K.V. Lobanova**

*FSBEI HE»St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article focuses on the process of competitiveness in selected markets. In other words, this article examines all types of markets by type of competition, as well as examples of such markets and companies existing in them.

**Keywords:** competitiveness, market, free competition, monopoly, oligopoly.

## ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА РАЗВИТИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ

К.В. Лобанова<sup>1</sup>

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена процессу обеспечения конкурентоспособности отдельных отраслей экономики на фоне продолжающейся пандемии COVID-19. Другими словами в данной статье рассматривается влияние пандемии на отдельные субъекты экономики.

**Ключевые слова:** пандемия COVID-19, отрасли экономики, конкурентоспособность.

В настоящее время, когда пандемия COVID-19 до сих пор оказывает влияние на жизни людей, необходимо описать какие последствия и какое влияние она оказала на различные отрасли экономики. Автор считает, что стоит разобрать данную проблему и подробно остановится на этом вопросе.

Понятие «отрасль экономики» представляет собой совокупность предприятий и производств, объединяемых общностью производимой продукции, технологий и удовлетворяемых потребностей [1]. Существуют также виды отраслей экономики: сельского хозяйства, промышленности, строительства, торговли, общественного питания и др.

Обратимся также к термину конкурентоспособность: Относительная характеристика, которая отражает отличия развития данной организации от развития организаций-конкурентов по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей и по эффективности производственной деятельности [2].

Пандемия COVID-19 оказала существенное негативное влияние на различные отрасли экономики: предприятия закрываются. В данной ситуации существует два сценария развития событий: банкротство или адаптация к новым условиям, что позволяет поддерживать свой доход на том же уровне, либо выйти на новый уровень. Далее следует раскрыть особенности обеспечения конкурентоспособности предприятий отдельных отраслей.

Автором предлагается рассмотреть пример сферы общественного питания. Как уже упоминалось выше, какие-то предприятия терпели убытки и в конечном итоге уходили с рынка, в то время как другие смогли перестроить свой бизнес исходя из сложившейся ситуации. Так, многие рестораны и кафе организовали серфис доставки еды на дом. Теперь существуют специальные сайты, где собраны все возможные сервисы доставки в отдельно взятом городе, что является достаточно удобным. Например, deliveryclub или Яндекс.Еда.

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.



Другая отрасль экономики – торговля. Также такой функцией, как доставка воспользовались и сети супермаркетов таких как: Лента, Пятёрочка, Магнит и др. В то время, когда, людям нельзя было выходить из дома такие доставки закрывали потребность в дистанционной покупке продуктов. Можно также привести пример с людьми, которые панически боялись заразиться, и доставка продуктов во многом упростила им жизнь. Более того, в период пандемии стал набирать популярность онлайн-шопинг, в том числе магазины одежды, электроники, рукоделия и других вещей стали переходить на онлайн, чтобы не терять спрос.

Отрасль культуры и искусства. Самый большой ущерб пандемия COVID-19 нанесла именно этой отрасли. Однако многие компании смогли найти выход и в этой ситуации. Закрылись кинотеатры, музеи, театры, невозможность проведения концертов. Как решали данные вопросы: созданы специальные платформы, для просмотра кино онлайн, теперь есть такие серверы как: Wink, Okko, Megogo, Amediateka. Музеи сделали онлайн экспозиции, например Третьяковская галерея на своем сайте имеет отдельную вкладку «Моя Третьяковка», где собраны все картины, представленные в самом музее. Театры настроили онлайн трансляции спектаклей и выступлений, любой мог посмотреть балет или побыть на опере не выходя из дома. Исполнители проводили прямые эфиры на различных площадках, где принимали пожертвования от своих зрителей.

Также автор хотел затронуть отдельных людей в период пандемии. Многие, не имея возможности ходить на работу, перешли в онлайн-режим, либо занялись другим профессиональным делом. Например, девушка из Великобритании, работавшая продавцом в супермаркете, во время локдауна основала собственный интернет-магазин шоперов, одежды и открыток с оригинальным дизайном, заработав на этом более одного миллиона [3]. Другие смогли осуществить свой доход на перепродаже необходимых средств защиты: маски, перчатки, антисептики. Также, часть людей, занимающихся фитнесом, танцами, просто спортом, стали блогерами и транслировали свои знания в интернете, создавая гайды, разрабатывая различные методики, проводя прямые эфиры на определенные темы [4, 5, 6].

Подводя итоги вышесказанного стоит отметить, что Пандемия COVID-19 оказала серьезное влияние на практически все отрасли экономики, что могло послужить причиной масштабного развития одних и банкротству других компаний.

### **Список использованных источников**

1. Экономика и право: словарь-справочник. – Москва: Вуз и школа. Л. П. Кураков, В. Л. Кураков, А. Л. Кураков. 2004.
2. Конкуренция и Конкурентоспособность: учебное пособие. – А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. 2014. Стр. 45.
3. <https://lenta.ru/news/2021/09/27/bagss/> (Дата обращения 07.01.2021).
4. Леонов, С.А. Принципы эффективной презентации и продвижения бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

5. Леонов, С.А. Принципы эффективной разработки бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

6. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).

## THE IMPACT OF COVID-19 PANDEMIC ON THE DEVELOPMENT OF INDIVIDUAL SECTORS OF THE ECONOMY

**K.V. Lobanova**

*FSBEI HE»St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article focuses on the competitiveness process against the backdrop of the ongoing COVID-19 pandemic. In other words, this article examines the impact of the pandemic on the subjects of the economy.

**Keywords:** pandemic COVID-19, economic sectors, competitiveness.

УДК 338

## ЦИФРОВОЕ ИСКУССТВО КАК НОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

**Е.А. Лободина<sup>1</sup>**

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена описанию современной тенденции криптоискусства, которое представляет собой направление цифрового искусства, сформировавшее отдельную экономическую категорию. Подлинность цифрового искусства может быть подтверждена путем использования NFT или невзаимозаменяемого токена. Будут представлены возможности и ограничения развития NFT-рынка.

**Ключевые слова:** цифровое искусство, экономическая категория, NFT, токены, блокчейн.

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

Цифровое искусство – современное направление искусства, не располагающее физическими копиями арт-объектов. Оно способствовало появлению возможности сделать рынок искусства по-настоящему демократичным, чтобы оно отвечало как реальным экономическим потребностям, так и было доступным. Несмотря на общий социальный прогресс, сама концепция творческой сферы остается прежней. Новые технологии позволили художникам и творцам расширить свои способы заработка денежных средств, основываясь на своем творчестве, а зрители могут наслаждаться потенциально доступными произведениями искусства. Криптоискусство не было бы возможным без применения современных созданных человеком технологий. Так, например, цифровую работу с ее конкретным правообладателем связывает так называемый NFT токен.

Токен – это единица учёта, которая не является криптовалютой и предназначена для представления цифрового баланса в некотором активе. Токены представляют собой запись в регистре, распределенную в блокчейн-цепочке. Управление токеном обычно реализуется с помощью смарт-контракта, в котором записаны значения остатков на счетах держателей токенов, и который предоставляет возможность перевода токенов с одного счета на другой.[1] Технология NFT (невзаимозаменяемый токен) непосредственно применяется для продажи произведений искусства, не имеющих физических копий, таких, как живопись или скульптура. В данном случае собственность представляет токен, а не сам предмет искусства. Токен записывается в цифровой реестр и может быть перепродан. Стоимость художественного произведения может меняться, но владелец токена никогда не владеет исходным цифровым файлом. NFT лучше всего можно описать как цифровой сертификат подлинности, востребованность которого в качестве предмета коллекционирования возрастает. NFT придают активу уникальную ценность, обычно определяемую силами спроса и предложения. Это помогает превратить невзаимозаменяемые токены в приложения блокчейна, выходящие за рамки обычного использования цифровой валюты.[2] Так что, по сути, возможности использования этой технологии практически безграничны. Еще одна очень важная особенность NFT - такие токены не могут быть разделены на какие-либо составляющие. Это означает, что невозможно отправить кому-либо часть такого невзаимозаменяемого токена.

NFT можно прикрепить к чему угодно: JPEG, GIF, MP4, даже к аудиофайлам.

Этот токен, подтверждающий право собственности на «исходный» файл, хранится в цепочке блоков, представляющей собой постоянный реестр, к которому можно получить доступ с любого компьютера по всему миру.

Одним из очевидных преимуществ покупки произведений искусства является то, что она позволяет финансово поддерживать художников. Кроме того, покупка NFT также обычно дает некоторые основные права использования, такие как возможность опубликовать изображение в Интернете или установить его в качестве изображения профиля. Также блокчейн позволяет проверить доказательство владения цифровым активом, сверив его с реестром, который делает практически невозможным подделывание информации, потому что все компьютеры сверяют эти данные друг с другом, чтобы проверить, что является оригиналом или подделкой.

С одной стороны, большинство платформ социальных сетей автоматически подтверждают право на использование медиафайлов, загруженных на них пользователями. С другой стороны, достаточно всего нескольких щелчков кнопки мыши, чтобы сделать копию носителя для личного потребления, без необходимости компенсации создателю. NFT решает эту проблему, действуя как виртуальный сертификат подлинности, который, по сути, связывает исходное цифровое произведение искусства с токеном, тем самым обеспечивая ему тот же статус, что и подпись художника на физическом произведении. А поскольку токен существует в цепочке блоков, он может быть мгновенно проверен кем-либо в публичной сети и не может быть подделан. Это позволяет создателям свободно распространять копии своих работ в социальных сетях, поскольку подлинный оригинал сохраняет свою ценность благодаря присвоенному ему NFT. [5, 6, 7]

На сегодняшний день современное искусство своим воздействием на социум значительно обязано влиянию масс-медиа в повседневной жизни человека. Сейчас, когда приобрести актив можно за пару кликов компьютерной мыши, а выставки не имеют потребности в специально арендованных для этого помещениях, цифровая сфера искусства демонстрирует довольно внушительные масштабы приобретения и продажи активов и произведений. Некоторые художники переводят уже существующие работы в цифровой формат, уничтожая существующие физические копии. Так, например, весной этого года произошло с одной из работ художника и граффитиста Бенкси. Представитель блокчейн-компании Injective Protocol в прямом эфире в Twitter сжег купленный ранее за 95 000\$ трафарет «Morons (White)». Такой случай конвертации одного вида искусства в другое не первый и, можно быть полностью уверенными в том, что далеко не последний.

#### **Список использованных источников**

1. Кириллов, В.П. Возможности инвестирования в искусство при помощи технологии блокчейн // Вопросы науки и образования. – 2020. – №27. – С.32-33.
2. Ванцовская, А.А. Цифровое искусство на блокчейне и NFT-рынок. – Вопросы науки и образования. 2021. (дата обращения 12.11.21).
3. Завьялов, А.С. Цифровое искусство как объект социально-философского анализа. – 2017. (дата обращения 15.11.21).
4. Рузакова, О.А., Гринь Е.С. Применение технологии Blockchain к систематизации результатов интеллектуальной деятельности // Вестник Пермского университета. Юридические науки. – 2017. – №4(38). – С.517-518.
5. Леонов, С.А. Влияние миссии компании на организацию внутренних бизнес-процессов // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).
6. Леонов, С.А. Особенности реализации товаров субъектами предпринимательской деятельности на маркетплейсах // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov3.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).
7. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL:

## DIGITAL ART AS A NEW ECONOMIC CATEGORY

**E.A. Lobodina**

*FSBEI HE «St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article is devoted to the description of the modern trend of crypto art, which is a direction of digital art that has formed a separate economic category. The authenticity of digital art can be verified through the use of an NFT or a non-fungible token. Opportunities and limitations for the development of the NFT market will be presented.

**Key words:** digital art, economic category, NFT, tokens, blockchain.

**УДК: 338.001.36**

## ДИАГНОСТИКА ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Е.А. Лободина<sup>1</sup>**

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена анализу финансовой устойчивости предприятия (организации). Будут рассмотрены её основные принципы и показатели, разобраны методы оценивания и виды финансовой стабильности предприятия. Помимо этого, будет уделено внимание теоретическим основам данной диагностики.

**Ключевые слова:** анализ финансовой стабильности, диагностика, предприятие, показатели, финансовая устойчивость.

Финансовая стабильность предприятия является показателем состояния всех счетов данной организации, гарантирующего её постоянную платёжеспособность. Она представляет собой временные и пространственные тенденции и особенности функционирования финансового механизма предприятия, возникшие вследствие стабильности, или же нестабильности в экономической и хозяйственной сферах деятельности организации. По-другому финансовую устойчивость можно назвать определённым вектором, демонстрирующим пути развития

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

организации на всех этапах её функционирования в зависимости от степени эффективности организации и контроля её финансов.

Диагностикой финансовой стабильности предприятия является комплекс всей аналитической деятельности, осуществляемой с целью анализа финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта в ретроспективе с применением определённого инструментария. Данная диагностика необходима для информационного обеспечения ретроспективного анализа функционирования всего предприятия.

Стабильность организации демонстрирует превышение уровня расходов уровнем доходов. При этом финансово стабильным можно назвать предприятие, имеющее возможность к свободному пользованию денежными средствами и их распоряжению.

Диагностика показателей финансовой стабильности предприятия предполагает применение следующих принципов:

1. Принцип реальной оценки. Отчёты могут включать отличающиеся от объективной действительности данные. В качестве примера можно назвать возможность отличий рыночной стоимости от стоимости активов (рассчитанной по остаточному принципу);

2. Принцип целеполагания. Данный принцип предполагает, что цели разных компаний в области финансовой стабильности могут отличаться.

Диагностика финансовой стабильности предприятия проводится с расчётом основных показателей:

- коэффициент автономии;
- соотношение заёмных, а также собственных средств;
- коэффициент текущей ликвидности;
- коэффициент маневренности собственного капитала;
- коэффициент краткосрочной задолженности;
- коэффициент обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами;
- коэффициент финансовой стабильности;
- коэффициент платёжеспособности [4].

Помимо всего прочего, диагностика финансовой стабильности предприятия подразумевает также анализ материально–производственных запасов (МПЗ) и источников, за счёт которых происходит их финансирование [1].

Из всего вышесказанного становится очевидной зависимость уровня финансовой стабильности предприятия от:

- роста источников средств;
- контроля и регулирования соотношения заёмных, а также собственных средств;
- снижения величины запаса до оптимального уровня.

Диагностика финансовой устойчивости организации проводится с применением различных методик. Ниже приведены наиболее популярные из них:

1. Горизонтальный анализ (временной). Он заключается в сравнительном анализе каждой отдельной позиции отчётности и предыдущего периода;

2. Вертикальный анализ (структурный). Данный анализ подразумевает установление состава конечных показателей с последующим выявлением воздействия конкретной позиции отчётности на итог;

3. Трендовый анализ, заключающийся в сравнительном анализе каждой позиции отчётности и нескольких предшествующих периодов;

4. Коэффициентный анализ, подразумевающий расчёт относительных данных отчётности [5].

Каждый метод диагностики финансовой стабильности предприятия создаётся с учётом стандартных методик и способов. Все методики являются экономико-математическим и логико-экономическим инструментарием, который применяется с целью осуществления конкретной деятельности с полученными исходными данными для достижения целей.

В современных реалиях предприятия довольно часто сталкиваются с серьёзными трудностями в поддержании финансовой стабильности по различным причинам: начиная с отсутствия грамотного управления финансами и заканчивая неумением получать большую прибыль в краткосрочный период. Чтобы обеспечить стабильность, предприятию требуется проводить диагностику своей финансовой устойчивости на регулярной основе.

Данная диагностика проводится для:

– определения экономических и финансовых возможностей и целей предприятия, базируясь на прогнозах его финансовых результатов;

– установление обоснованных выводов и предложений с целью создания конкретного плана и дальнейших решений управленческому персоналу [2]. Причём происходит данное установление на основе выдвинутых прогнозов.

Весь анализ финансовой стабильности предприятия зависит от динамики показателей в конкретный период.

Подводя итоги, важно упомянуть необходимые аспекты, учёт и соблюдение которых позволит провести качественную диагностику финансовой устойчивости организации и поддерживать в дальнейшем данную устойчивость: учёт характерных особенностей и специфики деятельности организации в финансовой сфере; контроль за рисками; формирование комплексного анализа финансовой стабильности предприятия и предоставление возможности осуществления сравнительного анализа полученных результатов.

Такие негативные аспекты, как ненадёжность и нестабильность деятельности предприятия, его финансовая неустойчивость, отсутствие контроля за уровнем финансовой стабильности организации влекут за собой серьёзные последствия в деятельности всей компании. [6]

Таким образом, эффективная диагностика финансовой стабильности способствует не только повышению качества деятельности всего предприятия и сохранению финансовой независимости организации, но и положительным изменениям в состоянии российской экономики в целом.

#### **Список использованных источников**

1. Васин, Н.С. Комплексное диагностирование деятельности предприятия / Н.С. Васин // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2013. – № 48 (дата обращения 9.10.21).

2. Вихори, Дж. Основы финансового менеджмента. [Текст]: – Москва: И. Д.Вильямс, 2015 (дата обращения 9.10.21).

3. Горская, Н.В. Сравнительный анализ методик оценки финансовой устойчивости // Молодой ученый. [Электронный ресурс]. – 2015 (дата обращения 9.10.21).

4. Сафонова, Н.С. Методические особенности оценки ликвидности и платёжеспособности предприятия [Текст]: / Н.С. Сафонова, О.Г. Блажевич, А.П. Бондарь // Бюллетень науки и практика. 2016. № 5 (дата обращения 9.10.21).

5. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа / [Текст]: А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин. – Москва: ИНФРА-М, 2015 (дата обращения 9.10.21).

6. Леонов, С.А. Неиспользуемые возможности по снижению налоговой нагрузки индивидуальных предпринимателей и особенности расчета косвенных платежей // Дневник науки. 2020. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 29.10.2020).

## **DIAGNOSTICS OF THE FINANCIAL STABILITY OF THE ENTERPRISE**

**E.A. Lobodina**

*FSBEI HE»St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article is devoted to the analysis of the financial stability of an enterprise (organization). Its basic principles and indicators will be considered, assessment methods and types of financial stability of the enterprise will be analyzed. In addition, attention will be paid to the theoretical foundations of this diagnosis.

**Key words:** financial stability analysis, diagnostics, enterprise, indicators, financial stability.

**УДК 33**

## **ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПОИСКА СПОСОБОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В КАЧЕСТВЕ СРЕДСТВ УСКОРЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА**

**Р.Р. Мавлеев**

*ФГБОУ «Казанский Государственный Энергетический Университет»,  
г. Казань, Россия*

Рассмотрены особенности привлечения инвестиций для ускорения экономического роста. Рассмотрели примеры зарубежных практик.

**Ключевые слова:** поиск инвестиций, средства экономического роста.

Актуальность темы исследования продиктована тем, что в условиях глобализации, неминуемо ведущей к повышению конкуренции на мировом рынке, для нашей страны становится все более важным вопрос о том, как привлечь но-



вые инвестиции для стимулирования экономического роста, а также повышения конкурентоспособности национальной экономики.

В Российской Федерации активно внедряются новые способы привлечения инвестиций в целях ускорения экономического развития, среди которых можно выделить и создание особых экономических зон, реализации разнообразных проектов на основе государственно-частного партнерства, создание индустриальных парков и т.д. Однако использование новых способов сопряжено с рисками, как для инвесторов, так и для экономики страны, в связи с чем именно зарубежный опыт представляет значительный интерес для определения действенных и продуманных способов стимулирования инвестиционной деятельности.

Для зарубежных стран нахождение эффективных способов привлечения инвестиций не менее актуально, чем для России. Правительства иностранных государств пошли по пути улучшения инвестиционного климата в странах и создания благоприятной экономической среды для бизнеса и научных инноваций, в связи с чем ими принимаются меры по снижению бюрократического давления на бизнес, снижение налогов, в том числе и введение разного рода налоговых льгот для инновационных компаний.

Приоритетными для экономики становятся следующие секторы развития: высокоточная медицина, разработка передовых транспортных средств и передовых способов производства, разработки в области энергосберегающих технологий и экологически чистой энергии, инновационные способы обучения, освоение космоса, а также новых технологий в сфере IT.

Инновационные технологии являются одним из важнейших факторов устойчивого и интенсивного экономического роста. Для развития экономики стран и повышения их конкурентоспособности инновационные технологии играют большую роль ввиду их способности функционировать как основной элемент инфраструктуры для увеличения производительности труда и развития отраслей промышленности. При этом важным показателем успешности той или иной инновационной модели в стране (следовательно, и экономического развития страны), является объем инновационного рынка, среди лидеров по данному показателю можно выделить Соединенные Штаты, Израиль, Францию, а также развитые и развивающиеся страны Юго-Восточной Азии (Япония, Южная Корея, Сингапур, Тайланд и др.).

Также одним из широко используемых в зарубежных странах (как развитых, так и развивающихся) способов привлечения инвестиций является создание особых экономических зон – то есть географически ограниченных районов, в пределах которых правительства содействуют развитию промышленности на основе налоговых и регулятивных стимулов и инфраструктурной поддержки [1]. О перспективности использования данного способа привлечения инвесторов свидетельствует тот факт, что с каждым годом количество особых экономических зон стремительно увеличивается, что следует рассматривать как необходимую меру в условиях конкуренции на глобальном рынке.

В мире существует два основных подхода к процедуре создания особых экономических зон: метод «сверху» и метод «снизу». В первом случае мы говорим о зонах, которые создаются по инициативе и за счет государства (например, в Индии и Южной Корее) либо государственных корпораций (Великобритания, Таиланд). Во втором случае возможны чисто заявительная процедура организации подобной зоны (Соединенные Штаты, Канада), либо требуется их утвер-

ждения государственными органами технико-экономического обоснования (как, например, в Турции или Аргентине) [3].

Для России в данном контексте особенно интересен опыт ОАЭ, в особенности эмират Дубай, в котором находится 21 свободная экономическая зона (а это 61 % от всех свободных экономических зон ОАЭ), что обусловлено более низким объемом полезных ископаемых по сравнению с другими эмиратами. Именно этот шаг позволил стать Дубаю одной из наиболее успешных экономических моделей последних десятилетий и именно благодаря успешным методам поиска инвесторов на данный момент лишь только 5 % ВВП Дубая основан на нефтяном секторе экономики [4].

Еще одной мерой для развития экспорта, мобилизации инвестиций и обеспечения устойчивого экономического развития, которую предприняли многие развитые страны, стало создание специальных структур – агентства по стимулированию инвестиций, организации экономического развития. На данный момент не менее 170 стран мира имеют национальные агентства по стимулированию инвестиций, которые направлены на ускорение процедур получения финансовой поддержки, что включает в себя устранение излишних бюрократических барьеров и оказание поддержки в подготовке инвестиционных проектов. Зачастую, помимо поиска потенциальных инвесторов и иных источников финансирования, подобные агентства привлекают другие заинтересованные организации, в том числе и на международном уровне, например, Конфедерацию ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) и Всемирную ассоциацию агентств по стимулированию инвестиций (ВАААСИ).

При этом, в качестве субъектов, являющимися источниками финансирования инвестиционных проектов, вовлекается широкий круг лиц: банки, пенсионные фонды, страховые компании, фонды национального благосостояния, первичные собственники капитала – фирмы и индивидуальные инвесторы [2]. Благодаря подобным партнерским отношениям возможно решить такие проблемы как преодоление недостатков средств бюджета и преодоление границ между учреждениями различного уровня. Следует отметить тот факт, что в зарубежных странах широко используются различные методы привлечения инвестиций в крупные государственные инфраструктурные проекты с помощью международных, межгосударственных, национальных и региональных фондов, среди которых важное место занимают соглашения, заключенные на международном уровне. Таким образом, в 2018 году странами было подписано 40 международных инвестиционных соглашений, которые, по мнению зарубежных исследователей, будут иметь большое значение для глобального перераспределения инвестиций.

На основании изложенного можно сделать вывод о том, что привлечение инвестиций в экономику страны с целью обеспечения устойчивого роста ее экономики может быть успешным только при комплексном подходе. Только при условии наиболее полного взаимодействия всех возможных источников финансирования и наиболее грамотного выбора инструментов привлечения инвесторов в различные проекты можно достичь повышения объемов привлечения инвестиций в экономику государства.

Именно для достижения этих целей и в нашей стране следует учитывать зарубежный опыт по совершенствованию законодательства о защите прав инвесторов, упрощению процедуры привлечения частных инвестиций к крупным

государственным проектам, а также по созданию необходимой инфраструктуры и гибких условий инвестирования.

#### **Список использованных источников**

1. Баннова, К.А., Князева М.В. Проблемы и пути совершенствования оценки эффективности налоговых льгот // *Baikal Research Journal*. – 2015. – Т. 6. – № 3. – С. 5.
2. Голяшина, Е.А. Зарубежный опыт стимулирования инвестиционной деятельности / Е.А. Голяшина, А.В. Подпругин // *Проблемы науки*, 2016. – С.56-58.
3. Смородинская, Н. Организация особых экономических зон в мировой и российской практике: концептуальные аспекты // *Вестник института экономики РАН*. 2011. *Вестник ТвГУ. Серия «Экономика и управление»*. – 2017. – №4 12 №3. – С. 16-36.
4. *Dubai Economy* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dubai.com/v/economy/>

#### **FOREIGN EXPERIENCE IN SEARCHING WAYS TO ATTRACT INVESTMENT AS A MEANS OF ACCELERATING ECONOMIC GROWTH**

**R.R. Mavleev**

*FSBEI «Kazan State Power Engineering University»,  
Kazan, Russia*

The features of attracting investments to accelerate economic growth are considered. We examined examples of foreign practices.

**Key words:** search for investments, means of economic growth.

**УДК 33**

#### **ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОСНОВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

**Р.Р. Мавлеев**

*ФГБОУ «Казанский Государственный Энергетический Университет»,  
г. Казань, Россия*

Рассмотрены основы конкурентоспособности при инновационной деятельности. Зависимость экономического развития от современных технологий.

**Ключевые слова:** современные технологии, конкурентоспособность, инновационная деятельность.

Современный прогресс связан не только с изменением материальных и духовных основ развития страны, но и с развитием инноваций, качественные параметры которых становятся определяющими для устойчивого развития и конкурентоспособности экономики страны. Исследователями еще в начале нового века была подчеркнута первостепенное значение инноваций как фундамента разработки стратегии развития конкурентной среды не только внутри страны, но и на международном уровне [1]. Несмотря на то, что зачастую экономический прогресс рассматривают отдельно от развития высоких технологий в различных сферах, эти процессы неразрывно связаны между собой. При этом не имеет значения, развивающаяся или развитая экономика у страны, так как, с одной стороны, в развивающихся странах рост промышленного производства и благосостояния населения приводит к растущему спросу на технологии. С другой стороны, в развитых странах стремление крупных корпораций к увеличению своих доходов усиливает их потребность в инновациях.

Важность инноваций можно оценить по тому, насколько значительные суммы инвестируются странами и крупными корпорациями в научные разработки и исследования. При этом исследователями в сфере финансовых инноваций подчеркивается тот факт, что в настоящее время отсутствует единое понимание того, что такое инновации, каковы составляющие инновационного развития [2].

Изложенное свидетельствует о необходимости разработки и обсуждения в научных кругах новейших подходов по развитию научно-технического прогресса и инноваций с целью повышения эффективности финансовой системы и развития конкурентной среды в экономике внутри страны, а также конкурентоспособности отечественной экономики на международной арене.

Несмотря на отсутствие устоявшегося понятия «инновации», можно согласиться с мнением Ф. Янсена о том, что инновация – это результат внедрения в практическую деятельность продуктов умственного труда: идей, изобретений, что способствует созданию лучших по свойствам новых видов продукции, технологий, организационных форм и, в конечном итоге, получению определенного экономического, социального или другого вида эффектов [5]. Дефиниция «инновация» носит системный и междисциплинарный характер, то есть, в зависимости от объекта исследования, акценты смещаются на определенные приоритеты. И таким образом, в зависимости от приоритета объекта исследования понятие инновация меняется. Так, Филатов В.В. рассматривает инновацию как результат деятельности, указывая, что она является совокупностью «технических, производственных и коммерческих мероприятий, которые приводят к возникновению новых и улучшенных процессов и оборудования [4]. А, к примеру, Лобановой Н.А. сущность инновации трактуется в контексте изменения, качественного скачка от старого к новому [3].

Инновацию можно рассматривать с двух точек зрения. В первую очередь, с теоретической точки зрения, инновация является экономической категорией, идентифицирующей продукт интеллектуального труда. С такой точки зрения в основе инновации лежит идея совершенствования технологии всякого производства либо оказания услуг, а также нахождения новых решений с целью достижения технологического прорыва. С практической точки зрения, инновации являются новшествами, в основе которых лежит цикличность ситуации и результата.

Однако следует отличать инновационную деятельность от всякого новшества, главным ее отличием является то, что это не просто доведение научной идеи до ее воплощения на практике, но и воплощение конкретного результата в виде конкретного улучшения товара, услуги, сокращения расходов на их создание, уменьшения рисков и тому подобное.

Инновация предполагает создание и реализацию идеи, создание и освоение новых методов, технологий, моделей, концепций; совершенствование существующих условий, среды, форм организации деятельности и управления.

Итак, в контексте данного исследования следует отдельно остановиться на финансовых инновациях, их роли и месте в развитии экономики. Важность финансовых инноваций нельзя недооценивать, так как именно они позволили финансово-техническим компаниям осознать тот факт, что доверие потребителей финансовых услуг к старому формату разрушено и возникла необходимость в нахождении новых способов предоставления финансовых услуг, новых финансовых бизнес-моделях.

Для государственной деятельности в сфере экономического развития необходимо учитывать тот факт, что недостаточное развитие инфраструктуры финансового инновационного развития является угрозой финансово-экономической безопасности. Однако при этом у исследователей до сих пор нет единой точки зрения по поводу измерения результатов инновационного развития и определения степени его влияния на экономику государства, что связывается с тем, что лишь немногие проявления инновационного развития могут быть измерены в буквальном смысле слова. Остальные же результаты инновационного развития могут быть оценены лишь только сквозь призму экспертных заключений.

Также исследователями выделяются и другие сложности в оценках эффективности финансовых инноваций для экономического развития страны. Так, например, невозможна стоимостная оценка некоторых последствий, связанных с изменением уровня культуры, ценностей, психологического и физического состояния здоровья. В том же случае, если даже результаты и носят овеществленный, количественный характер, не всегда можно его оценить и суммировать ввиду несоответствия или полного отсутствия единиц измерения.

Тем не менее, для обеспечения устойчивого развития и конкурентоспособности российской экономики в мировом сообществе очень важно реформировать систему управления государственными финансами на инновационных началах. Для этого необходимо осуществление ряда важнейших шагов:

- усовершенствовать и дополнить нормативно-правовую базу относительно онлайн-механизмом в публичном регулировании финансовой деятельности;
- обновить систему независимой экспертизы инновационных научных проектов, а также их результатов;
- модернизировать систему государственной поддержки инновационно-инвестиционной деятельности: то есть, создавать новые инновационные фонды, привлекать новых инвесторов и так далее.
- обеспечить честный и открытый конкурсный отбор инновационных проектов по модернизации системы управления государственными финансами.

Основываясь на проведенном исследовании, можно сделать вывод о необходимости создания эффективной системы государственного стимулирования

инновационной финансовой деятельности, которая будет способствовать укреплению хозяйственной системы, повышению конкурентоспособности отечественной экономики и обеспечению ее стабильности.

#### **Список использованных источников**

1. Гохберг, Л., Кузнецова И. Инновационные процессы: тенденции и проблемы// Экономист. – 2002. – № 2. – С. 50-59.
2. Гусева, И.А., Пугачева А.С. Финансовые инновации: сущность и история// Финансовые рынки и банки. – 2019. – № 1. – С. 8-14.
3. Лобанова, Н.А. Анализ инновационной деятельности: методологический аспект // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития, 2015. – № 20. – С. 67-74.
4. Филатов, В.В. Концептуальные вопросы активизации инновационной деятельности в Российской Федерации. – Москва: Издательство НИИЭИСС, 2013. – 132 с.
5. Янсен, Ф. Эпоха инноваций. – Москва: ИНФРАМ, 2002. – 308 с.

#### **INNOVATIVE ACTIVITIES AS A BASIS FOR ECONOMIC DEVELOPMENT AND INCREASING COMPETITIVENESS**

**R.R. Mavleev**

*FSBEI «Kazan State Power Engineering University»,  
Kazan, Russia*

The basics of competitiveness in innovative activities are considered. Dependence of economic development on modern technologies

**Key words:** modern technologies, competitiveness, innovation.

**УДК 33**

#### **ПРОБЛЕМЫ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ И БЕЗОПАСНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Р.Р. Мавлеев**

*ФГБОУ «Казанский Государственный Энергетический Университет»,  
г. Казань, Россия*

Особенности нормативно-правового обеспечения для экономической устойчивости России. Также для обеспечения безопасности экономики.

**Ключевые слова:** экономика, нормативно-правовое обеспечение.

Полнота и качество нормативно-правовой базы – это то, на чем зиждется результативность государственной политики в любой сфере, и политика обеспечения экономической безопасности не является исключением. основополагающими документами в сфере стратегирования социально-экономической политики являются Федеральный закон № 390-ФЗ «О безопасности» [1] и Федеральный закон № 172-ФЗ «О стратегическом планировании» [2]. В контексте данного исследования актуальным является согласование положений данных законодательных актов и разработанных на их основе документов по национальной безопасности, а также теми нормативно-правовыми актами, которые регулируют те сферы деятельности, в которых так или иначе следует закрепить требования национальной безопасности.

Стратегическое планирование в сфере обеспечения экономической безопасности может осуществляться только путем системного управления, так как большинство рисков национальной экономической безопасности имеет долгосрочный, длящийся характер, следовательно, методы борьбы с ними должны быть рассчитаны на достаточно продолжительный период. Эта задача имеет скорее формальный характер и решается путем принятия плановых стратегических документов, таких как Стратегия национальной безопасности Российской Федерации [3], а также Стратегия экономической безопасности Российской Федерации [4].

Важность системного подхода заключается в том, что он позволяет осмыслить суть экономической безопасности и закрепить основные положения ее обеспечения в ключевых нормативно-правовых документах. Осмысление того, что такое экономическая безопасность, а также определение основных целей и направлений государственной политики по ее обеспечению – задача не из легких, и на данный момент можно сказать, что она решена лишь частично. Выполнение второй задачи носит более сложный характер, и на данный момент она исполнена лишь частично. Об этом свидетельствует тот факт, что огромное количество разнообразных нормативно-правовых документов стратегического планирования регионального и муниципального значения никак не связаны, не систематизированы друг с другом, несмотря на то что они сформированы в соответствии с законодательством о стратегическом планировании. При этом некоторые проблемы обнаруживаются даже в указанных ранее стратегиях федерального значения. Так, по мнению Губанова С.С., Стратегия экономической безопасности Российской Федерации «перечисляет исключительно явления, а не причины; оперирует темами частного и второстепенного характера, не затрагивая общих и первостепенных» [5].

Не останавливаясь подробно на содержании данных стратегий, следует отметить некоторые вопросы по их функциональности. В первую очередь, необходимо ответить на вопрос: на кого рассчитана управленческая сила данных документов, и к чему она обязывает, а также какова степень обязательности и каким образом происходит имплементация положений данных стратегий? Точных ответов на данные вопросы не существует. С формальной точки зрения они являются документами стратегического планирования, однако уже сейчас нельзя не заметить тот факт, что строгое соблюдение требований, зафиксированных в

данных документах для практики реального стратегического планирования, не является обязательным.

Особенно ярко это выражается в мерах, направленных на экономическое выравнивание регионов России. Так, несмотря на тот факт, что в Стратегии экономической безопасности неоднократно указывается на такие факторы риска как неравномерность пространственного развития Российской Федерации и усиление дифференциации регионов по уровню и темпам экономического развития, в важных документах, непосредственно касающихся развития регионов России, таких как Основы государственной политики регионального развития и Стратегии пространственного развития прямого указания на задачу выравнивания регионов Российской Федерации не содержится.

Также большое значение для совершенствования законодательной базы в сфере обеспечения экономической безопасности и экономического развития имеет логическая преемственность принимаемых стратегических документов. К примеру, принятая в 2021 году новая Стратегия национальной безопасности обусловлена требованием закона об обновлении данного документа каждые шесть лет. При этом нельзя сказать, что в новой Стратегии отражены какие-либо результаты практической реализации предшествующего документа. Иными словами, принятие нового стратегического документа на новый период сопряжено со снижением аналитической ценности и значимости данного документа на практике, а также растущим желанием использовать оторванные от реалий «штаммов», которые не направлены на решение экономических проблем.

Данная проблема могла бы быть решена дополнением к ч. 1. ст. 18 ФЗ № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации», касающимся обязательности оценки степени выполнения требований, зафиксированных в ранее действовавшей Стратегии национальной безопасности. Это касается и нормативно-правовых актов по экономической безопасности России, причем результаты работы должны находиться в открытом доступе для того, чтобы граждане могли убедиться в реальной эффективности данных документов стратегического планирования.

Немаловажно и установление целевых показателей государственных программ по национальной (в том числе и экономической) безопасности, притом таких, которые будут интерпретироваться гражданами и государственными служащими не как лозунги и штаммы, а как конкретные измеримые показатели. Обычно подобные показатели называют пороговыми значениями, важность которых нельзя недооценивать. Так, Караниной Е.В. в контексте экономической безопасности регионов подчеркивается важность не только критериев экономической безопасности, но и определения их пороговые значений, так как они будут служить индикатором того, насколько развит каждый регион Российской Федерации. По ее мнению, «Наличие таких индикаторов должно стать эффективным инструментом обеспечения устойчивого развития региона, подчеркнуть инновационность подходов к управлению им и, в конечном итоге, привлечь внимание потенциальных инвесторов, так как вполне логично желание вкладывать деньги в регион, отдающий себе отчет в необходимости защиты от внешних угроз».



Это приводит к выводу о том, что практическая значимость стратегических документов значительно возрастет в том случае, если будет законодательно закреплено обязательное включение в стратегические документы разделов о том, как планируемое развитие будет отражаться на уровне экономической безопасности страны.

Таким образом, несмотря на то, что в Российской Федерации существует относительно устойчивая система законодательных и прочих нормативно-правовых документов, касающихся обеспечения экономической безопасности, имеются и ряд проблем, связанных с необходимостью выработки новых единых подходов к пониманию экономической стабильности и развития. Совершенствование законодательной базы позволит оперативно и результативно реагировать на внутренние и внешние угрозы стабильности и устойчивого развития российской экономики.

### **Список использованных источников**

1. Федеральный закон № 390-ФЗ «О безопасности» от 28 декабря 2010 г. (ред. от 09 ноября 2020 г.) // Российская газета. – 28 декабря 2010 г. - № 295(5374).

2. Федеральный закон № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации». от 28 июня 2014 г. (ред. от 31 июля 2020 г.) // Российская газета. – 03 июля 2014 г. - № 146(6418).

3. Указ Президента Российской Федерации «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» от 02 июля 2021 г. № 400 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_389271/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_389271/)

4. Указ Президента Российской Федерации от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года». // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/71672608/>

5. Губанов, С.С. О системных основах экономической безопасности России // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2017. – Т. 10, № 4. – С. 49-61.

## **PROBLEMS OF REGULATORY AND LEGAL SUPPORT OF ECONOMIC SUSTAINABILITY AND SECURITY IN THE RUSSIAN FEDERATION**

**R.R. Mavleev**

*FSBEI «Kazan State Power Engineering University»,  
Kazan, Russia*

Features of the regulatory framework for the economic stability of Russia. Also to ensure the safety of the economy.

**Key words:** economics, regulatory support.

## СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЭНДОПРОТЕЗИРОВАНИЯ КРУПНЫХ СУСТАВОВ ЧЕЛОВЕКА<sup>1</sup>

И.В. Маланьина, А.С. Похвалов

*ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»,  
г. Пенза, Россия*

В статье рассмотрены текущее состояние и динамика международного и российского рынка эндопротезирования крупных суставов человека на примере замены тазобедренного сустава. Приведены факторы, определяющие развитие рынка, ключевые производители и поставщики продукции, особенности и перспективы устойчивого развития российского рынка эндопротезирования.

**Ключевые слова:** рынок эндопротезирования, замена тазобедренного сустава, факторы развития и ключевые игроки рынка.

Рынок эндопротезирования крупных суставов человека является частью рынка медицинских изделий и охватывает производителей, поставщиков и медицинские учреждения, связанные с заменой суставов человека искусственными протезами, а также вопросами профилактики осложнений и решением производственных и технических задач по совершенствованию протезов.

Наибольшую долю рынка эндопротезирования составляет сегмент тазобедренных суставов, на который в 2020 г. пришлось 6,57 млрд. долл. глобальных продаж. По итогам 2021 г. ожидается его рост до 6,91 млрд. долл. с последующим увеличением до 9,91 млрд. долл. к 2028 г. при среднегодовом темпе прироста 5,3 % [1].

Рост рынка и спроса на продукцию производителей эндопротезов определяется:

- ростом численности населения, нуждающегося в эндопротезировании;
- распространением артрита и остеопороза;
- увеличением осведомленности пациентов об эндопротезировании;
- расширением программ возмещения медицинских расходов.

При этом рост рынка стимулируют:

- разработка новых материалов и технологий имплантов, удешевляющих их выпуск и увеличивающие время эксплуатации;
- совершенствование процедур операций и послеоперационного восстановления пациентов.

В качестве факторов, препятствующих росту рынка, выступают:

- стоимость протезирования и цены на изделия и материалы, ограничивающие число операций;
- недостаточное качество изделий и процедур протезирования, приводящее к осложнениям и необходимости повторных операций.

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена при финансовой поддержке конкурса «Ректорские гранты» Пензенского государственного университета, договор №ХП-83/21 от 19 апреля 2021г.

Сегментация рынка эндопротезирования тазобедренного сустава традиционно проводится по следующим признакам [1,2]:

- по виду процедуры (тотальное, частичное или ревизионное эндопротезирование, шлифовка тазобедренного сустава);
- по используемому материалу (металл-металл, металл-полиэтилен, керамика-металл, керамика-полиэтилен, керамика-керамика);
- по способу фиксации (цементное, бесцементное, гибридное);
- по пользователям (больницы и хирургические центры, ортопедические клиники и прочие);
- по географическому размещению или макрорегиону.

Рынок Северной Америки, составивший 2,3 млрд. долл. в 2020г., в ближайшем будущем останется самым большим стоимости. Вторым по объему остается Европа. При этом, если в США число единиц эндопротезирования на 100 тыс. человек населения составляет около 500, то в Европе эта цифра колеблется от 172 в Италии до 308 в Швейцарии. Темпами роста выше, чем в среднем по рынку, характеризуется Азиатско-тихоокеанский регион, где наблюдается быстрый рост экономики и численности населения.

По объему продаж в стоимостном выражении лидерами на мировом рынке являются американские компании Zimmer Biomet, DePuy Synthes, Stryker. На рынке также работают компании из Великобритании (Smith&Nephew), Италии (Gruppo Bioimpianti), ФРГ (B.Braun Melsungen), Китая (MicroPort Scientific Corporation) и ряда других стран.

Выделяют следующие направления, по которым на сегодняшний день происходит самое интенсивное развитие рынка [1,2]:

- использование роботизированных систем хирургии (например, CoRI-Robotic Joint Replacement Surgical System, ROSA Hip System);
- разработка онлайн сервисов и мобильных приложений для сопровождения пациентов;
- персонализация эндопротезов с использованием в производстве технологии 3D-печати.

Согласно исследованию российской компании DISCOVERY Research Group [3] в 2019 г. рынок эндопротезов в РФ суставов составил 7,7 млрд. руб. (113,2 млн. долл.). В стоимостном выражении импорт эндопротезов составил 7,4 млрд. руб. (108,8 млн. долл.), а экспорт достиг 0,2 млрд. руб. (2,7 млн. долл.). При этом в 2018г. в России было выполнено 77270 операций эндопротезирования тазобедренного сустава. Его доля в общем числе операций эндопротезирования составила 57,7 %. По ряду оценок общая емкость российского рынка составляет около от 200 до 300 тыс. операций в год. По этому показателю Россия серьезно отстает от развитых стран с показателем 50 - 60 протезирований на 100 тыс. чел. населения [4].

Основными поставщиками на рынке имплантатов для замены тазобедренного сустава в РФ по итогам 2019г. стали иностранные поставщики. Их доля составила около 95 %. Наибольший объем пришелся на продукцию Zimmer Biomet, DePuy Synthes, Smith&Nephew. Российские производители покрыли только 5 % рынка. Среди основных поставщиков – ООО Эндосервис, АО НЭВЗ-Керамикс и ЗАО Трек-Э Композит.

Стоимость эндопротезов зависит от используемой технологии и производителя [4]. Отечественные эндопротезы стоят от 25 до 70 тыс. руб., в то время как импортные – от 50 до 120 тыс. руб. При этом по результатам торгов средняя аукционная цена за цементный протез составляет около 30 тыс. руб., за бесцементный – от 60 до 70 тыс. руб. независимо от производителя. Такое снижение цен могут обеспечить лишь крупные производители с большим объемом поставок.

В целом, российское производство эндопротезов крупных суставов недостаточно развито и в сумме составляет не более 5 %-10 % от общих поставок на рынок. При этом в последние годы в РФ предпринимаются шаги по стимулированию импортозамещения, включая возможность создания совместных предприятий с иностранными производителями и локализации производства. Например, компания Трек-Э Композит организовала производство полного цикла – от разработки эндопротеза и закупок сырья до выпуска готовой продукции и может выпускать изделия соответствии с требованиями международных стандартов качества. Госкорпорация Ростех через свою дочернюю структуру, создало совместное предприятие с европейской компанией Limacorporate, предполагающее передачу технологии и локализацию не менее 51 % производства.

Однако значимого роста доли отечественных поставщиков пока не наблюдается. Во многом это связано со сложившейся практикой и опытом хирургов, привыкших к работе с импортными изделиями, доказавшими свое качество и надежность, а так же слабым продвижением своей продукции отечественными поставщиками на фоне иностранных производителей, которые выделяют средства для организации обучающих семинаров и мастер-классов ведущих хирургов, предоставляют консультационный сервис и существенные скидки к цене при закупке больших объемов эндопротезов.

В 2019г. правительство РФ ограничило закупки импортных эндопротезов для обеспечения государственных и муниципальных нужд при наличии российского аналога надлежащего качества, который производится в достаточном объеме не менее чем двумя российскими компаниями. По мнению экспертов, это решение приведет к росту объемов производства российскими компаниями, однако слабо повлияет на объемы импорта, поскольку негосударственные медицинские организации продолжают приобретать эндопротезы иностранных производителей, качество, надежность и безопасность которых подтверждена успешным опытом их применения.

#### **Список использованных источников**

1. Hip Replacement Market Size, Share & COVID-19 Impact Analysis, by Procedure, by End User and Regional Forecast (2021 to 2028). – URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/industry-reports/hip-replacement-implants-market-100247> (дата обращения 2021-04-10).

2. Hip Replacement Implant Market Research Report by Type, Material, End-user, and Region - Global Forecast to 2026. – URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/4904397/hip-replacement-implant-market-research-report-by> (дата обращения 2021-06-12).

3. Текущая ситуация на рынке эндопротезов суставов в России. – URL: <https://drgroup.ru/press-relizy/2070-tekushchaya-situatsiya-na-rynke-endoprotezov-sustavov-v-rossii.html> (дата обращения 2021-04-18).

4. Безуглова, В. Эндопротезы возвращаются на родину // Эксперт. – 2020. – №30. – С.34-35.

## **STATE AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT OF THE MARKET FOR ENDOPROTHETICS OF LARGE HUMAN JOINTS**

**I.V. Malanyina, A.S. Pokhvalov**

*FSBEI HE «Penza State University»,  
Penza, Russia*

The article examines the current state and dynamics of the international and Russian market for endoprosthesis of large human joints using the example of hip replacement. The factors that determine the development of the market, key manufacturers and suppliers of products, features and prospects for sustainable development of the Russian's endoprosthesis market are given.

**Keywords:** market of endoprosthesis, hip replacement, development factors and key market players.

**УДК 658.26**

## **ИННОВАЦИОННЫЕ ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА**

**А.С. Марченко, И.В. Сергеев, И.М. Николаев**

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,  
г. Казань, Россия*

В работе определена важность предприятий энергетического комплекса в системе развития государства, рассмотрены инновационные пути повышения их энергосбережения и эффективности деятельности, определен фактор, препятствующий процессу увеличения энергоэффективности электростанций.

**Ключевые слова:** трансформация, энергосбережение, эффективность, инновации, энергетика.

Деятельность предприятий энергетической отрасли имеет большое значение в рамках развития и благосостояния всего государства, так как именно благодаря их работе производится снабжение энергией всех остальных направлений

хозяйственной деятельности, происходит непосредственное влияние на формирование государственного бюджета [1].

На данный момент отрасль промышленности уже находится на этапе трансформации, при этом дальнейшее ее развитие определяется интенсивностью внедрения технологий, новых видов взаимодействия с техническими средствами и другими отраслями. В этой ситуации возникает потребность в формировании комплексной отраслевой стратегии цифровой трансформации.

Одними из инновационных путей повышения эффективности деятельности промышленных предприятий может стать:

1. Оптимизация системы мониторинга электросетей. При правильном встраивании в структуру предприятия таких технологий, как Pot, Smart Grid, обеспечивается снижение энергопотребления, контроль стабильности электросети, отслеживается состояние технической исправности оборудования, что в совокупности приводит к уменьшению энергопотребления. Данные системы телеуправления позволяют осуществлять мониторинг состояния сетей в режиме онлайн, определять состояние оборудования на объекте и риски, связанные с их эксплуатацией, необходимость вмешательства ремонтных служб, сохранение данных при этом происходит на облачных сервисах. Использование телеметрии ускоряет передачу информации при возможном возникновении аварийной ситуации, локальные системы автоматического управления, основанные на принципе работы Pot, обеспечивают стабильность электроснабжения и позволяют уменьшить потери в сети. Использование новейших систем передачи данных, таких как LPWAN и ZigBee, позволяет осуществлять беспроводное подключение устройств в условиях низкого энергопотребления и передавать небольшие объемы данных на дальние расстояния. Технология ZigBee также при малом энергопотреблении поддерживает самовосстанавливающуюся и самоорганизующуюся ячеистую (mesh) топологию с ретрансляцией и маршрутизацией сообщений [2].

2. Сокращение разрыва между системами верхнего и нижнего уровня. Процессу увеличения энергоэффективности электростанций препятствует разрыв между ERP Генерирующих компаний (верхний уровень) и системой коммерческого учета электроэнергии на электростанциях (нижний уровень). MES система представляет собой единый комплекс, созданный для анализа и обработки данных, объединяющий производство и занимающий промежуточное значение между верхним и нижним уровнями [3]. Она позволяет координировать производство в глобальном масштабе в режиме реального времени.

В современных условиях прогрессивно изменяющихся требований энергетическим компаниям важно идти в ногу со временем и быстро реагировать на стремительно изменяющиеся условия и запросы потребителя. Внедрение инновационных технологий в структуру предприятий способствует повышению эффективности производства и помогает компаниям приблизиться к достижению цели энергосбережения [4].

#### **Список использованных источников**

1. Воробьева, В.И. Роль и место ТЭК в экономике России. Структура и динамика его развития // Журнал «Известия Тульского государственного университета. Экономическое и юридическим науки». – 2017.

2. Зусев, С.А. Использование проводных и беспроводных интерфейсов на энергетических объектах, на примере PLC систем и беспроводного интерфейса ZigBee // Современные научные исследования и инновации. – 2016. – №4. [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2016/04/67031> (дата обращения: 09.12.2021).

3. Асланова, И.В. MES как основа разработки систем управления производственными процессами предприятия // Журнал «Российское предпринимательство». – 2017. – Т.18. – №11. – С.1651-1658.

4. Ховалова, Т.В. Инновации в электроэнергетике: виды, классификация и эффекты внедрения // Журнал «Стратегические решения и риск-менеджмент». – 2019. – 10(3). – С.274-283.

## **INNOVATIVE WAYS TO IMPROVE THE EFFICIENCY AND ENERGY EFFICIENCY OF THE ENERGY SECTOR**

**A.S. Marchenko, I.V. Sergeev, I.M. Nikolaev**

*FSBEI HE «Kazan State Power Engineering University»,  
Kazan, Russia*

The paper defines the importance of energy complex enterprises in the system of state development, considers innovative ways to improve their energy saving and efficiency, identifies the factor that hinders the process of increasing the energy efficiency of power plants.

**Key words:** transformation, energy conservation, efficiency, innovation, energy.

**УДК 336.64**

## **СОДЕРЖАНИЕ И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ КОРПОРАЦИИ**

**А.А. Машанова, Е.А. Ехлакова**

*Институт цифровых технологий и экономики  
ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,  
Казань, Россия*

В статье рассматривается понятие «финансовой устойчивости», виды и основные факторы, влияющие на финансовую устойчивость предприятия. Разработка и внедрение финансовой стратегии позволяют укрепить положение организации и минимизировать риски от негативных внешних и внутренних факторов.

**Ключевые слова:** финансы, финансовое состояние, финансовая устойчивость, предприятие, финансовая независимость.

Финансовая устойчивость – состояние счетов предприятия, гарантирующее его постоянную платежеспособность.

Финансовая устойчивость детерминирована долей собственного и заемного капитала в общем капитале предприятия. Информация о степени финансовой устойчивости организации важна не только для внутренних пользователей, но и для внешних (акционеров, инвесторов, кредиторов и др.), так как на ее основе ими принимается решение о вложении средств в конкретное предприятие.

Финансовое состояние хозяйствующего субъекта может меняться в положительную или отрицательную сторону под влиянием осуществляемых предприятием хозяйственных операций. Представление о «точке оптимума» изменения источников средств для покрытия вложений капитала в основные фонды или производственные затраты дает возможность формировать такие потоки хозяйственных операций, которые ведут к улучшению финансового состояния организации и повышению ее устойчивости [1].

В настоящее время исследование всевозможных аспектов финансовой устойчивости субъекта хозяйствования – лейтмотив многих работ зарубежных и российских ученых в области экономики.

Выделяют несколько подходов к раскрытию понятия «финансовая устойчивость предприятия» [2].

В соответствии с первым подходом, которого придерживаются Н. Н. Селезнева и А. Ф. Ионова, финансовую устойчивость организации следует рассматривать в узком аспекте как один из показателей финансового состояния субъекта хозяйствования. Понимание сути финансовой устойчивости сводится к состоянию и структуре пассивов и активов организации.

Сторонники второго метода: г. В. Савицкая, А. Д. Шеремет, Е. В. Негашев [4]. Придерживаются другой точки зрения, они предложили учитывать финансовую устойчивость обеих сторон. Во-первых, финансовая стабильность компании является оценкой его финансового положения. Во-вторых, необходимо установить границы между концепцией «Финансовый статус» и «Финансовая стабильность». Вышеуказанные ученые предложили рассмотреть финансовую устойчивость хозяйствующих субъектов с «широким» смыслом, потому что это всегда способность осуществлять деятельность и прогресс, сохраняя при этом баланс активов и обязательств в экологических условиях.

Противоположной точки зрения придерживаются (В. В. Бочаров, А. В. Тараскина, А. В. Грачев, М. С. Абрютин). Их идея заключается в корреляционной связи между распределением и использованием ресурсов организации, эффективным формированием и устойчивым положением предприятия. Сторонники данной концепции придерживаются мнения, что платежеспособность является внешним фактором влияющим на благополучное финансовое положение организации. В качестве одного из важнейших показателей устойчивости организации определяют формирование финансовой независимости [2].

М. В. Мельник, Е. Б. Герасимова, В. В. Ковалев определяют сущность понятия «финансовая устойчивость предприятия» как итог успешного взаимодействия всех звеньев системы финансовых отношений предприятия. Как отмечают сторонники данного подхода, предприятие финансово устойчиво в том случае, если величина капитала достаточна для обеспечения бесперебойного осуществления программы производства, полного и своевременного погашения финансо-



вых обязательств перед поставщиками, государством, инвесторами, кредитными организациями, а также для финансирования обновления и роста внеоборотные активы [5]. Суть оценки финансовой устойчивости предприятия заключается в установлении возможности предприятия нести ответственность по своим долгосрочным обязательствам.

Представители пятого подхода И.А. Лисовская, М.Н. Крейнина, П.А. Левчаев [6] придерживаются мнения, что оценка финансовой устойчивости предприятия определяется его финансовой независимостью. Финансовая устойчивость определяется соотношением собственных и заемных средств предприятия, зависимостью от кредиторов и инвесторов. Главная цель анализа финансовой устойчивости организации – это оценка степени зависимости предприятия от экзогенных финансовых источников.

Как отечественные, так и зарубежные авторы в своих научных работах доказывают, что фундаментом устойчивости деятельности предприятия выступает оптимальное соотношение между видами активов субъекта хозяйствования и соответствующими источниками их формирования. Как указывает Л. Т. Гиляровская [7].

Таким образом, под финансовой устойчивостью предприятия понимают наличие достаточного объема финансовых ресурсов (преимущественно собственных средств) для обеспечения его бесперебойного и успешного функционирования и развития, а также способность отвечать по своим обязательствам и оставаться платежеспособным вне зависимости от влияния факторов внутренней и внешней среды. На финансовую устойчивость организации влияет большое количество факторов, которые можно разделить на две группы: внутренние и внешние. Внешние факторы предприятию не под силу регулировать, но благодаря разработке стратегии деятельности, учитывающую возможность наступления данных факторов, можно минимизировать их последствия для деятельности предприятия. Разработка и реализация финансовой стратегии должны быть основой управления финансовой устойчивостью предприятия, позволяющей в перспективе повысить устойчивость организации от внешних и внутренних факторов.

### **Список использованных источников**

1. Прошунина, Э.С. Факторы, влияющие на финансовую устойчивость предприятия // Вестник академии знаний. – 2014. – №1 (8). – С. 46-50.

2. Исламгулова, Г.И. Теоретические подходы к определению категории «финансовая устойчивость» и ее роли в деятельности предприятия // Новые технологии - нефтегазовому региону: материалы Всероссийской с международным участием научно-практической конференции (Тюмень, 18-22 мая 2015 г.). Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2015. – С. 51-54.

3. Селезнева, Н.Н., Ионова А.Ф. Финансовый анализ. Управление финансами. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 639 с.

4. Савицкая, Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия. – Москва: Инфра-М, 2013. 607 с.

5. Ковалев, В.В. Финансы. – Москва: Проспект, 2015. – 928 с.

6. Левчаев, П.А. Финансы корпораций и оценка стоимости. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 175 с.

7. Гиляровская, Л.Т. Экономический анализ. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 615 с.

## **CONTENT AND FACTORS AFFECTING THE FINANCIAL STABILITY OF THE CORPORATION**

**A.A. Mashanova, E.A. Yehlakova**

*Institute of Digital Technologies and Economics  
Kazan State Power Engineering University,  
Kazan, Russia*

The article discusses the concept, types and main factors affecting the financial stability of the enterprise. The development and implementation of a financial strategy allows you to strengthen the position of the organization and minimize risks from negative external and internal factors.

**Key words:** finance, financial condition, financial stability, enterprise, financial independence.

**УДК 330**

## **К ОБОСНОВАНИЮ ОДНОЙ ТЕОРЕМЫ КАРДИНАЛИСТСКОЙ ТЕОРИИ СПРОСА**

**В.М. Мелкумян**

*Московский городской педагогический университет,  
г. Москва, Россия*

В статье рассматриваются проблемы в обосновании механизмов формирования спроса индивида в кардиналистской теории при изменениях цен на предметы неосновных потребностей. Сопоставляются исходные допущения теории Маркса и кардиналистской теории. Рассматриваются проблемы в обосновании механизмов формирования спроса в кардиналистской теории в ситуациях изменения цен на предметы неосновных групп потребностей. Предлагается определение механизмов формирования спроса индивида в данных ситуациях изменения цен, которые действуют в реальной рыночной экономике и основанные на определениях марксистской экономической теории.

**Ключевые слова:** потребительский спрос, группы потребностей, полезность, второй закон Госсена, цены, теория Маркса.

### **Введение**

Основы кардиналистской теории излагаются во всех современных учебниках экономической теории. Проблемы в определениях данной теории высту-

пают при анализе ситуаций формирования спроса при изменениях параметров «формулы» второго закона Госсена. Эти проблемы данной «формулы» не выделяются у марксистских авторов (проф. В.Я.Иохин, А.В.Сорокин, Б.Ф.Андреев, В.Д.Руднев и другие) при рассмотрении основных проблем экономической теории [1; 4; 8]. Механизмы формирования спроса индивидов на различные группы предметов потребления с позиции кардиналистской теории и теории Маркса при изменениях цен на предметы основных групп потребностей рассмотрены в одной из наших публикаций [6]. Выберем в данной публикации в качестве предмета анализа механизмы формирования спроса индивида в кардиналистской теории при изменениях цен на предметы неосновных потребностей. В «формуле» второго закона Госсена данной теории рост цен на предметы неосновных потребностей приводит к уменьшению спроса на них индивида и увеличению его спроса на предметы основных потребностей. И, наоборот, уменьшение цен на предметы неосновных потребностей определяет рост спроса индивида на них и одновременно вызывает уменьшение им спроса на предметы основных потребностей [2;3;4;7]. Сравним эти определения с определениями теории Маркса. Начнем с исходных допущений названных теорий.

#### **Исходные допущения теории Маркса и кардиналистской теории спроса в обосновании механизмов формирования спроса индивида**

Проф. В.Я. Иохин, Б.Ф. Андреев, П.И. Гребенников, Н.М. Розанова, Г.П. Журавлева и другие марксистские и немарксистские авторы не выделяют отличий в исходных допущениях теории Маркса и кардиналистской теории, на которых базируется обоснование механизмов формирования спроса индивида. Теория Маркса и кардиналистская теория принимают различные исходные допущения (определения) при построении теории спроса. Во-первых, данные теории принимают различные допущения в объяснении мотивов поведения индивида и критерия принятия им решений в процессе формирования спроса. Теория Маркса исходит из допущения, что индивид выходит на рынки предметов потребления с «функцией» классификации потребностей по группам, которая выступает основой его выбора объектов спроса при данных ценах и величине дохода. Полезность в данной теории трактуется как свойство предмета, которое связано с определенной потребностью индивида. Индивид в данной теории стремится к удовлетворению максимально возможного числа потребностей в максимально возможной степени. При реализации этих мотивов поведения индивид в теории Маркса отдает приоритет удовлетворению основных (первичных) потребностей [5; 6]. Кардиналистская теория утверждает, что индивид при данных ценах и доходе стремится к достижению максимума общей величины полезности от приобретаемых предметов [1; 2; 3; 4; 7]. Это положение предполагает отказ индивида от деления потребностей по группам и трактовке полезностей предметов как соизмеримых величин. Во-вторых, данные теории обосновывают различные определения величины спроса индивидов на различные виды предметов потребления. В теории Маркса индивид при определении величин спроса на предметы потребления исходит из «размерности» потребности, которые удовлетворяют данные предметы. В кардиналистской теории индивид определяет величину спроса на предметы потребления исходя из «размерности» функций предельной полезности. В-третьих, данные теории исходят из различных допущений в обосновании механизмов выбора индивидом объектов спроса. Кардиналистская теория утверждает, что выбор индивидом объектов спроса основан на его субъективных оценках полезности различных предметов потребления и реализуется исходя из критерия максимизации общей полезности при ограничениях в виде

цен и величины дохода [2; 3; 5; 7]. Теория Маркса, напротив, утверждает, что выбор индивида основан на классификации потребностей по группам и реализуется на основе сопоставления различных вариантов удовлетворения потребностей при данных ценах и величине дохода [5; 6]. В-четвертых, данные теории исходят из различных допущений при определении общих пределов формирования спроса индивида. Теория Маркса обосновывает «алгоритм» формирования спроса индивидом, в котором его общие расходы по всем покупаемым предметам потребления не выходят за пределы его дохода при данных ценах. В кардиналистской теории утверждается, что формирование спроса реализуется в пределах этих ограничений общих размеров спроса, но в реальности определяет величины спроса безотносительно к указанным ограничениям спроса. Эти допущения названных теорий определяют отличия в их трактовке действий индивидов при изменениях цен на предметы неосновных потребностей. Примем, что индивиды делят потребности на три группы. Первой группой выступают основные потребности, второй и третьей – группы неосновных потребностей. Допустим, что индивид находится в исходном состоянии «равновесия», которое в кардиналистской теории определяется на основе «формулы» второго закона Госсена. Аналогом этого состояния «равновесия» индивида кардиналистской теории в теории Маркса определяется ситуация, в которой индивид при данных ценах и величине дохода выбирает определенный вариант удовлетворения своих потребностей. Примем также, что выбор объектов спроса индивида в состоянии «равновесия» в теории Маркса и кардиналистской теории включает предметы всех трех названных групп потребностей. Примем также, что общие расходы индивида в «формуле» второго закона Госсена в состоянии «равновесия» формируются в пределах дохода и сбережений индивид не формирует. В отличие от данного допущения, примем, что индивид в состоянии «равновесия» в теории Маркса может формировать сбережения. Допустим, что цены на предметы неосновных потребностей (вторая и третья группа) изменяются при данных ценах на предметы основных потребностей и данной величине дохода индивида. Рассмотрим отличия в трактовке механизмов формирования спроса индивидами в названных теориях в этих ситуациях изменения цен. Начнем с ситуации падения цен на предметы неосновных потребностей.

#### **Механизмы формирования спроса индивида в теории Маркса и кардиналистской теории при падении цен на предметы неосновных потребностей**

Проф. В.Я. Иохин, Б.Ф. Андреев, П.И. Гребенников, Н.М. Розанова, Г.П. Журавлева и другие марксистские и немарксистские авторы не выделяют отличий в определениях теории Маркса и кардиналистской теории, на которых основано обоснование механизмов формирования спроса индивида при падении цен предметов неосновных потребностей. В «формуле» второго закона Госсена падение цен на предметы неосновных потребностей вызывает увеличение индивидом спроса на них и одновременное уменьшение им спроса на предметы основных потребностей при неизменном составе объектов спроса. Т.е. индивид переключает спрос с предметов основных потребностей на предметы неосновных потребностей при данном их составе. Эти механизмы спроса определяются условиями достижения состояния «равновесия» индивида. Уменьшение цены предметов неосновных потребностей приводит к увеличению величины их взвешенной предельной полезности. Для достижения максимума полезности индивид должен увеличить размеры спроса на предметы неосновных потребностей и одновременно уменьшить размеры спроса на предметы основных потребно-

стей [2; 3; 8]. Но эти положения основаны на исходных некорректных допущениях. Данная теория, как выделено выше, принимает, что формирование спроса индивидами на основе «формулы» второго закона Госсена реализуется в пределах величины их дохода. Но рассмотрение механизма достижения максимума полезности при данном падении цен позволяет опровергнуть это утверждение. Уменьшение индивидом размеров спроса на предметы основных потребностей уменьшает общую величину расходов по данной группе предметов, а увеличение размеров спроса на предметы неосновных потребностей их увеличивает. В общем случае эти изменения спроса на данные предметы потребления в противоположных направлениях должны приводить или к ситуации, в которой часть дохода индивида остается неиспользованной или к ситуации, в которой индивид в состоянии максимума полезности выйдет за пределы величины дохода. В первой ситуации индивид для увеличения общей полезности должен включить в состав объектов спроса новые предметы. Но механизм их включения в состав параметров «формулы» спроса не получает необходимого обоснования в кардиналистской теории. Во второй ситуации индивиды, применяя «формулу» второго закона Госсена, выйдут за пределы величин своих доходов. Получается, что данные механизмы формирования спроса кардиналистской теории в общем случае действовать не могут, а определение размеров спроса индивида в этом законе противоречит исходным допущениям данной теории. Кардиналистская теория принимает, как выделено выше, что при падении цен предметов неосновных потребностей индивид переключает спрос на эти предметы и уменьшает спрос на предметы основных потребностей. Но эти действия индивида противоречат механизмам удовлетворения потребностей в реальной рыночной экономике. Получается, что индивид уменьшает спрос на предметы, которые абсолютно необходимы ему для нормальной жизнедеятельности и увеличивает спрос на относительно менее необходимые предметы. Эти действия индивида невозможно представить в реальной рыночной экономике, в которой спрос на предметы основных потребностей является приоритетным для них. Потребность в данных предметах имеет определенную «размерность», которая определяется необходимым числом актов их потребления на протяжении определенного периода времени. Эта «размерность» данных потребностей и выступает пределом размеров спроса на них индивида. Но в «формуле» второго закона Госсена спрос индивида на предметы основных потребностей формируется на основе «размерности» функции предельной полезности, которая не отражает размеры потребления индивидом предметов основных потребностей на протяжении определенного периода времени. Эта исходная проблема в использовании данной «функции» для определения количественных размеров спроса индивида игнорирует кардиналистская теория, что проявляется в ситуации «корректировки» размеров спроса индивида на предметы основных потребностей. Теория Маркса обосновывает механизмы формирования спроса при падении цен на предметы основных потребностей, основанные на других исходных допущениях, и предлагает определение параметров нового состояния «равновесия» индивида, отличное от определений кардиналистской теории [5; 6]. С позиции данной теории большинство потребностей индивида допускают различные варианты удовлетворения, а выбор конкретного варианта для многих индивидов ограничен ценами и величиной доходов. Падение цен на предметы неосновных потребностей для индивида означает уменьшение его расходов по данной группе потребностей и создает возможности для формирования новых вариантов удовлетворения всех его потребностей. Выбор конкретного решения индивида в теории Маркса формируется в зависимости от

величины его дохода и его индивидуального решения. Для индивидов с наименьшими доходами данная теория допускает два основных варианта действий индивида, которые выражаются в различных вариантах выбора состав объектов спроса и определении размеров спроса. Первый вариант состоит в сохранении индивидом исходного варианта удовлетворения основных потребностей и использования оставшейся части дохода для удовлетворения неосновных потребностей. При этом теория Маркса допускает различные варианты выбора индивидом состава объектов и размеров спроса по этим группам потребностей. Второй вариант сводится к изменению индивидом варианта удовлетворения основных потребностей, при котором происходит увеличение общих расходов по этой группе предметов потребления. Выбор вариантов удовлетворения неосновных потребностей остается за индивидом. Теория Маркса допускает, что индивид может в данной ситуации отказаться от части неосновных потребностей с тем, чтобы использовать новый вариант удовлетворения основных потребностей. Все эти варианты действий индивида в теории Маркса объединяет допущение о том, что при выбранном варианте удовлетворения основных потребностей индивид формирует на данные предметы спрос в размерах, которые соответствуют «размерности» данной потребности. Индивид с относительно более высокими доходами в теории Маркса при данном падении цен может выбрать вариант увеличения уровня удовлетворения неосновных потребностей или изменения варианта их удовлетворения при неизменном варианте удовлетворения основных потребностей. Индивиды с наибольшими доходами в теории Маркса могут выбрать вариант сохранения исходной формы удовлетворения основных и неосновных потребностей и накапливать сбережения, формирование которых не предусмотрено «формулой» второго закона Госсена. Теория Маркса, как показано выше, предполагает возможности для индивида изменения состава объектов спроса по различным группам предметов потребления при данных изменениях цен, что невозможно представить на основе «формулы» второго закона Госсена, в которой объекты спроса остаются неизменными. Выделенные отличия в определениях данных теорий в новой форме проявляются при рассмотрении ситуации роста цен на предметы неосновных потребностей.

#### **Механизмы формирования спроса индивида в теории Маркса и кардиналистской теории при росте цен на предметы неосновных потребностей**

Проф. В.Я. Иохин, Б.Ф. Андреев, П.И. Гребенников, Н.М. Розанова, Г.П. Журавлева и другие марксистские и немарксистские авторы не выделяют отличий в определениях теории Маркса и кардиналистской теории, на которых основано обоснование механизмов формирования спроса индивида при росте цен на предметы неосновных потребностей. В «формуле» второго закона Госсена при росте цен на предметы неосновных потребностей происходит уменьшение величины их взвешенной предельной полезности. Для уравнивания этих величин по группам предметов потребления индивид в этой теории должен скорректировать размеры своего спроса на них в противоположенных направлениях при неизменном составе объектов спроса. Т.е. индивид в кардиналистской теории при росте цен на предметы неосновных потребностей уменьшает спрос на них и одновременно увеличивает спрос на предметы основных потребностей [2;3;4;7]. Происходит переключение спроса индивида с предметов неосновных потребностей на предметы основных потребностей. В итоге этих действий, основанных на «формуле» второго закона Госсена, индивид оказывается в новом состоянии «равновесия», в котором изменились размеры спроса на предметы основных и

неосновных потребностей при неизменных объектах спроса. Но в обосновании этих положений обнаруживаются проблемы. Индивид в данной теории по принимаемому допущению формирует спрос в состоянии «равновесия» в пределах величины дохода. Изменения размеров спроса в рассмотренной форме не должно отменять этого условия формирования спроса. Но в общем случае при данных изменения цен выполнение этого условия невозможно, как и в случае падения цен на предметы неосновных потребностей. Уменьшению расходов индивида по предметам неосновных потребностей должно соответствовать увеличению расходов по предметам основных потребностей. Но выполнение этого условия предполагает определенное соотношение цен на данные предметы и определенную форму функций предельных полезностей. В общем случае изменения размеров спроса на основе критерия максимизации полезности при данном изменении цен должно приводить к возникновению те же ситуаций несоответствия расходов и дохода индивида, которые возникают при падении цен на предметы неосновных потребностей. В первом варианте несоответствия расходов и доходов (расходы больше доходов) оказывается, что «формула» второго закона Госсена некорректно определяет размеры спроса, а закон кардиналистской теории, рассмотренный выше, не действует. Во втором варианте (доходы больше расходов) у индивида остается неиспользованной часть дохода. С позиции критерия максимизации полезности индивид должен в данной ситуации включить в состав объектов спроса новые предметы. Но, во-первых, механизмы этого включения в кардиналистской теории не получают обоснования, и во-вторых, размеры спроса на предметы выделенных групп потребностей должны формироваться по новым правилам, которые не получают обоснования в этой теории. Т.е. и в этом случае механизмы спроса кардиналистской теории, выделенные выше, действовать не могут. Механизмы формирования спроса кардиналистской теории при росте цен на предметы неосновных потребностей, как показано выше, включают две составляющие. Первая - это форма изменения спроса на предметы неосновных потребностей, и вторая - форма изменения спроса на предметы основных потребностей. Первая составляющая обладает некоторым сходством с механизмами спроса в реальной рыночной экономике, в которой многие индивиды при росте цен на предметы неосновных потребностей уменьшают размеры спроса на них. Но это сходство реальных механизмов формирования спроса с определениями кардиналистской теории представляется внешним. Во-первых, в реальной рыночной экономике эта форма спроса реализуется только для части индивидов с определенным уровнем дохода, что не совпадает с определениями кардиналистской теории. Во-вторых, данное уменьшение спроса индивидами в реальной рыночной экономике не связано с одновременным ростом спроса на предметы основных потребностей при данном варианте их удовлетворения. Кардиналистская теория утверждает, что индивид стремится к максимуму полезности при данных ограничениях спроса и исходит из допущения о соизмеримости различных потребностей и предметов, которые их удовлетворяют. Поэтому в этой теории при росте цен на предметы неосновных потребностей индивид корректирует размеры спроса на них в сторону уменьшения, а на предметы основных потребностей в сторону их увеличения, и наоборот. Основой этих действий индивида является построение функций полезности. Но именно эти допущения и представляются некорректными. Индивид в реальной рыночной эконо-

мике при данных ценах и доходе должен классифицировать свои потребности по группам, и на этой основе определять для себя различные варианты их удовлетворения. В противном случае или при использовании «алгоритмов» кардиналистской теории индивид не сможет обеспечить при данных ценовых ограничениях удовлетворение основных потребностей. Констатация этих положений позволяет опровергнуть закон спроса кардиналистской теории. Реальный индивид выбирает определенный вариант удовлетворения основных потребностей, в котором эти потребности удовлетворяются приблизительно на 100 %. Это означает, что индивид при росте цен на предметы неосновных потребностей не будет увеличивать размеры спроса на предметы основных потребностей при данном варианте их удовлетворения. Но в этой ситуации у реального индивида возникают основания для изменения вариантов удовлетворения этих потребностей и неосновных потребностей. Эти варианты действий индивида при данном росте цен на указанные предметы обосновывает теория Маркса. Кардиналистская теория, как показано выше, предлагает «формулу» спроса, которая относится ко всем индивидам. Рост цен на предметы неосновных потребностей в теории Маркса вызывает рост расходов индивида на данные предметы и определяет для индивида новые условия выбора вариантов удовлетворения различных потребностей. Теория Маркса допускает для каждой категории индивидов с различными доходами различные варианты действий при новых ценовых ограничениях и данной величине дохода. Для индивидов с наименьшими доходами теория Маркса допускает два основных варианта действий. Первый вариант предполагает, что индивид не имеет возможности или считает неприемлемым отказ от исходного варианта удовлетворения основных потребностей. В этом случае размеры его спроса на предметы основных потребностей остаются неизменными, как и состав объектов спроса. Из этого следует, что в данном случае индивид должен или уменьшить размеры спроса на предметы неосновных потребностей при исходном варианте их удовлетворения для того, чтобы величина его расходов не вышла за пределы дохода, или изменить вариант удовлетворения этих потребностей. Второй вариант предполагает, что индивид может выбрать новый вариант удовлетворения основных потребностей и уменьшить расходы по этой группе потребностей. В этом варианте действий для него оказывается возможным или сохранение варианта удовлетворения неосновных потребностей или некоторое уменьшение размеров спроса по предметам этой группы, так чтобы не выйти за пределы дохода. Для индивидов с более высокими доходами теория Маркса допускает варианты действий, которые определяются в зависимости от того, формировали или нет эти индивиды сбережения в исходном состоянии «равновесия». Примем, что индивид при исходных ценах формировал сбережения из дохода. В этом случае индивид может сохранять размеры спроса на предметы и основных и неосновных потребностей неизменными за счет отказа от формирования сбережений или уменьшения их величины. Другие действия индивид совершает в случае, когда сбережения или недостаточны или отсутствуют, или индивид предпочитает продолжить их формирование. В этих случаях для него доступны варианты действий, которые в общем повторяют рассмотренные выше варианты действий индивида. Т.е. индивид или сохраняет исходный вариант удовлетворения основных потребностей и пересматривает варианты удовлетворения неосновных потребностей (или уменьшает размеры спроса на предме-



ты неосновных потребностей при исходном выборе объектов спроса). Или индивид уменьшает расходы по основным потребностям на основе выбора нового варианта их удовлетворения, но оставляет неизменным вариант удовлетворения неосновных потребностей. Индивиды с наиболее высокими доходами в теории Маркса могут выбрать сохранение неизменными исходные варианты удовлетворения основных и неосновных потребностей, а рост расходов по неосновным потребностям обеспечить за счет уменьшения сбережений из получаемого дохода. Т.е. индивид в теории Маркса не переключает свой спрос с предметов неосновных потребностей на предметы основных потребностей, как это делает индивид в кардиналистской теории. Напротив, индивид в теории Маркса в общем случае при данном росте цен, как и при их снижении, переключает свой спрос с одного варианта удовлетворения потребностей на другой вариант. Эти варианты действий индивида в теории Маркса невозможны для индивида в кардиналистской теории, что определяется отсутствием правильного решения в ней проблемы выбора объектов спроса [5; 6].

### **Заключение**

Итак, мы рассмотрели механизмы формирования спроса индивидов с позиции кардиналистской теории при изменениях цен на предметы неосновных потребностей и выделили основные проблемы в их обосновании. Теория Маркса предлагает решение проблем кардиналистской теории, но ее определения не получают развернутого изложения у группы марксистских авторов современных учебников [1;4;8]. Проблемы в обосновании механизмов формирования спроса на основе «формулы» второго закона Госсена проявляются и при анализе механизмов формирования спроса при изменениях других параметров данной «формулы». Их рассмотрение будет продолжено в последующих публикациях.

### **Список использованных источников**

1. Андреев, Б.Ф. Системный курс экономической теории/ Б.Ф. Андреев. – СПб: Бизнес–пресса, 2000. – 648 с.
2. Гребенников, П.И. Микроэкономика: учебник и практикум для академического бакалавриата / П.И. Гребенников, Л.С. Тарасевич, А.И. Леусский. – Москва: Юрайт, 2019. – 547 с.
3. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Микроэкономика: учебник/ Г.П.Журавлева, Н.А. Поздняков, Ю.А. Поздняков Ю.А. – Москва: ИНФРА–М, 2020. – 440 с.
4. Иохин, В.Я. Экономическая теория: учебник для академического бакалавриата / В.Я. Иохин. – Москва: ЮРАЙТ, 2020. – 353 с.
5. Мелкумян, В.М. К анализу механизмов потребительского выбора в теории спроса/ В.М. Мелкумян // Вестник Орловского государственного университета. Серия: новые гуманитарные исследования. – 2015. – №3(44). С.302–306
6. Мелкумян, В.М. О некоторых механизмах формирования спроса в кардиналистской теории / В.М. Мелкумян // Экономика: вчера, сегодня, завтра.– 2020. – №8А. – С.517-527.
7. Розанова, Н.М. Микроэкономика. В 2т. Т.1.: учебник для академического бакалавриата/ Н.М. Розанова. – Москва: ЮРАЙТ, 2020. – 386 с.

8. Руднев, В.Д. Политическая экономия (экономическая теория): учебник для бакалавров/ В.Д. Руднев. – Москва: Дашков и К, 2020. – 704 с.

## TO SUBSTANTIATE ONE THEOREM OF THE CARDINALIST THEORY OF DEMAND

V.M. Melkumyan

*Moscow City Teachers Training University,  
Moscow, Russia*

The article examines the problems in substantiating the mechanisms of the formation of individual demand in the cardinalist theory with changes in prices for non-basic needs. The initial assumptions of Marx's theory and Cardinalist theory are compared. The problems in substantiating the mechanisms of demand formation in the cardinalist theory in situations of price changes for items of non-basic groups of needs are considered. It is proposed to define the mechanisms of formation of an individual's demand in these situations of price changes that operate in a real market economy and are based on the definitions of Marxist economic theory.

**Keywords:** consumer demand, groups of needs, utility, Gossen's second law, prices, Marx's theory.

УДК 35.078.5

## ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ, ИМЕЮЩИХ ОГРАНИЧЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЗДОРОВЬЯ

Е.Р. Метелева, А.Н. Емельянова

*ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет»,  
г. Иркутск, Россия*

В статье рассматриваются проблемы трудоустройства молодых людей с ограниченными возможностями здоровья в России. Анализируются барьеры, препятствующие успешной занятости молодых людей с инвалидностью. Также в статье рассмотрены новые возможности, которые открывают для молодых инвалидов новые технологии и тенденции на рынке труда в последние годы.

**Ключевые слова:** люди с ограниченными возможностями здоровья, инвалиды, трудоустройство инвалидов, новые тенденции на рынке труда.

Молодые люди с ограниченными возможностями (ОВЗ) стараются получить профессиональное образование, чтобы иметь возможность трудоустроиться и обеспечить себе средства к существованию, но нередко их усилия не приносят желаемого результата, поскольку по окончании обучения выпускник не находит

подходящего рабочего места. Для инвалида работа является не просто условием его самореализации, но жизненно важным источником дохода, поэтому для него чрезвычайно важно умение гибко приспосабливаться к изменяющемуся рынку труда [1]. Для общества задача трудоустройства инвалидов также является важной, т.к. способствует увеличению числа занятых в национальной экономике, а также позволяет снизить социальную нагрузку на государственный бюджет. Тем не менее, проблемы в сфере трудоустройства инвалидов остаются по-прежнему актуальными и достаточно острыми, поэтому государство должно осуществлять меры социальной поддержки, создавая условия для обеспечения достойной жизни людей с ОВЗ.

Самыми распространенными проблемами при трудоустройстве выпускников с ограниченными возможностями являются следующие:

- конкурентоспособность людей с ОВЗ на рынке труда ниже, чем у других категорий граждан;

- в базах данных центров занятости представлены в основном рабочие профессии, что не соответствует профподготовке инвалидов, которые получают образование в сферах, не связанных с выполнением физической работы;

- дисбаланс между числом вакансий и числом инвалидов, ищущих работу, т.к. число вакантных рабочих мест, заявляемых организациями в центры занятости, не является достаточным по сравнению с численностью людей с ОВЗ, желающих и способных работать;

- когда имеется несколько претендентов на рабочие места, работодатели часто выбирают физически здоровых работников, а не инвалидов, чтобы избежать дополнительных издержек при организации специальных рабочих мест для людей с ОВЗ;

- низкая информированность работодателей и самих инвалидов о конкретных требованиях по созданию специальных условий на рабочем месте.

Подобные же проблемы выделяет Мануйлова В.В., добавив к ним низкий уровень обращений самих молодых инвалидов в центры занятости населения, а также дефицит у них навыков поведения на рынке труда (самопрезентации, выстраивания образовательной и профессиональной траектории, ведения переговоров с потенциальными работодателями и службами занятости и т.д.) [2].

Группа исследователей из Вологодской области, анализируя практику трудоустройства выпускников с инвалидностью в своем регионе, провели опрос и представили свою картину проблем. Так, по мнению более 20 % опрошенных, факторов, препятствующих их трудоустройству, нет. Если молодые люди с ОВЗ не трудоустроены в каких-то отраслях национальной экономики, значит, они заняты общественной деятельностью или параспортом. Надо отметить, что большинство исследователей нечасто принимают во внимание подобные соображения. Среди прочих причин, затрудняющих трудоустройство, опрошенные назвали недостаток квалификации, отсутствие подходящих вакансий, низкую заработную плату [3].

Проанализировав данные статистики по Иркутской области, мы выявили, что число трудоустроенных выпускников с ОВЗ в целом с каждым годом уменьшается. Это обусловлено тем, что сейчас рынок труда в основном требует больше рабочих профессий, а такая молодежь с ОВЗ не может быть привлечена

к данному виду деятельности по причине ограничения трудоспособности и группе инвалидности.

Мы сформулировали основные препятствия для трудоустройства молодых людей с ОВЗ, отразив их в таблице 1.

Таблица 1 – Основные барьеры для трудоустройства инвалидов

Сфера	Барьеры
Дефицит рабочих мест вследствие проблем в экономике	Нехватка на рынке труда квотируемых мест для людей с инвалидностью; снизилось число рабочих мест в государственном секторе из-за кризиса экономики и сокращений, хотя традиционно данный сектор предоставляет людям с ОВЗ больше рабочих мест в сравнении с бизнес-сектором.
Качество государственного контроля	Решения, которые могут способствовать занятости инвалидов, приняты, но не выполняются должным образом. Например, недостаточно эффективно производится мониторинг выполнения работодателями мер в отношении квотируемых рабочих мест, и в итоге не все из них сообщают в центр занятости об открывших или наоборот закрывших вакансиях.
Качество плановой работы	Имеющимся национальным программам не хватает реалистичности, они не в полной мере отражают нужды и запросы инвалидов, не предусматривают комплексность принимаемых мер.
Качество подготовки (обучения)	Инвалиды не всегда обладают необходимым уровнем образования, квалификации, опыта, чтобы получить работу на открытом рынке труда. Они часто оказываются в невыгодном положении.
Технологическая база	Отсутствие или нехватка технологических решений на производстве, позволяющих адаптировать рабочие места под ограниченные возможности инвалидов.

Добавим, что работодатели не всегда готовы предоставить специализированное рабочее место, а если такая возможность и создана, то сведения о вакантных местах несвоевременно подаются в центры занятости.

Также нужно констатировать, что значительная часть вакантных рабочих мест, информация о которых предоставлена в центры занятости, не может быть занята инвалидами, т.к. содержит завышенные требования к потенциальным работникам. Кроме того, люди с ограниченными возможностями в силу психологических особенностей личности, часто имеют низкую мотивацию к труду, невысокий уровень профессиональной подготовки и нежелание работать за низкую заработную плату.

В период пандемии COVID-19 Иркутской области, как и всей стране, пришлось быстро перестраиваться во всех сферах жизнедеятельности населения, что повлекло за собой появление новых возможностей роста занятости людей с ОВЗ (таблица 2).

Таблица 2 – Новые возможности занятости инвалидов

Сфера	Возможность
Экономика	Работодателям представились значительные возможности сэкономить на содержании помещений за счет того, что можно перевести работников на удалённую работу, тем самым «перевыполнить» квоты выделения положенных рабочих мест для людей с ОВЗ
Технологии	– массовое создание различных онлайн курсов по подготовке и переподготовке кадров; – дистанционное обучение (вузов, школ); – почти все государственные и социальные организации стали предоставлять дистанционно свои услуги, в т. ч. и центры занятости населения.

Делая выводы о ситуации с занятостью инвалидов, стоит отметить, что решения, принимаемые органами государственной власти региона, нацеленные на содействие занятости населения, в т.ч. людей с ОВЗ, должны отражать современные тенденции и возможности, открывшиеся в связи с развитием информационно-коммуникационных технологий, а также в связи с новыми явлениями в сфере занятости населения. Более широкое распространение удаленной и дистанционной занятости открывают новые возможности для трудоустройства инвалидов, особенно молодых.

Для более эффективной разработки и реализации необходимых мер содействия занятости выпускников вузов с ОВЗ необходимо опираться на зарубежный опыт, а также на аналитические и прогностические исследования, проводимые структурами, занимающимися стратегической деятельностью в сфере науки и образования, в частности, можно ориентироваться на Атлас новых профессий, разработанных командой креативных исследователей в партнерстве с Агентством стратегических инициатив и Московской школой управления СКОЛКОВО. Знакомство с данным Атласом может помочь в осуществлении профессиональной ориентации молодежи с ОВЗ, что может помочь им успешнее выбрать направление обучения и будущую профессию.

#### Список использованных источников

1. Онюшкина, А.И. Трудоустройство молодых инвалидов как способ реабилитации в условиях современного рынка труда / А.И. Онюшкина // Молодежь и общество: проблемы взаимодействия: сборник научных трудов Всероссийской заочной научно-практической конференции / Курган: Изд-во Курганского государственного университета, 2012. – С. 105-108.

2. Мануйлова, В.В. Сопровождение лиц с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья молодого возраста в процессе их трудоустройства / В.В. мануйлова // Проблемы современного педагогического образования. – 2018. – № 59-2. – С. 199-203.

3. Денисова, О.А. К проблеме трудоустройства молодых инвалидов в Вологодской области / О.А. Денисова, О.Л. Леханова, Р.А. Самофал, О.Ю. Лягино-

ва, С.А. Парыгина // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2018. – № 2. – С. 208-216.

## PROBLEMS OF EMPLOYMENT OF YOUNG PEOPLE WITH DISABILITIES

**E.R. Meteleva, A.N. Yemelyanova**

*FSBEI HE «Baikal State University»,  
Irkutsk, Russia*

The article analyzes the problems of employment of young people with disabilities in Russia. The article reviews the barriers that hinder the successful employment of young disabled people. The article also discusses new opportunities that new technologies and trends in the labor market have opened up for young people with disabilities in recent years.

**Keywords:** people with disabilities, disabled people, employment of disabled people, new trends in the labor market.

УДК 339.138

## ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

**Е.С. Милинчук**

*ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский  
государственный университет имени Н. Г. Чернышевского»,  
г. Саратов, Россия*

В статье исследуется влияние технологий дополненной реальности на поведение потребителей. Показано влияние цифровой трансформации на формирование новой модели потребительского поведения и анализируется опыт интерактивного взаимодействия. Выделены наиболее перспективные направления использования AR-технологий в маркетинговой деятельности.

**Ключевые слова:** дополненная реальность, инновационный маркетинг, экономика впечатлений, маркетинговые коммуникации, AR-технологии.

В последние годы цифровая трансформация охватила практически все отрасли экономики и изменила не только содержание бизнес-процессов, но и способы коммуникаций с потребителями. Новые технологии воздействует на маркетинговую деятельность компаний, позволяя разрабатывать более успешные стратегии продвижения товаров и услуг. В настоящее время одним из актуальных направлений является использование технологий дополненной реальности. Применение данных технологий позволяет увеличить степень вовлеченности по-

требителей во взаимодействие с брендом и повысить лояльность и приверженность клиентов как в целом к компании, так и к отдельным ее продуктам. Согласно глобальному исследованию международного агентства Isobar, 64 % маркетологов уже используют дополненную реальность. А по данным компании Vertebrae наблюдается рост вовлеченности при взаимодействии с контентом в дополненной реальности на 19 %, при этом фиксируется 52 % рост в конверсии и 25 % рост средней стоимости заказа.

Опираясь на работы зарубежных исследователей (Т. Кодела, П. Милгрома, Ф. Кисино и др.), можно определить дополненную реальность как технологии, позволяющие переносить виртуальные изображения на объекты реального мира с целью дополнения сведений и изменения восприятия окружающей среды. С точки зрения маркетинга, дополненная реальность является средством вовлечения во взаимодействие с рекламой, брендом или напрямую с продуктом. Такие технологии позволяют выстроить эмоциональные связи с аудиторией, формируя уникальные впечатления. Способом создания эмоциональной связи является wow-эффект, который вызывает у потребителя любопытство и желание попробовать товар в реальной жизни. Яркие эмоции вызывают потребность повторить позитивный опыт и обеспечивают успешную маркетинговую коммуникацию, поскольку руководят бессознательными решениями, а также играют главную роль в процессе принятия сознательных решений.

Использование технологий дополненной реальности меняет опыт онлайн-покупок: такие факторы, как видимость, интерактивность, эффект присутствия, могут стать мощным стимулом для принятия решений потребителем. Это приобретает большую значимость, поскольку онлайн-покупки имеют определенную специфику, связанную с тем, что у потребителя нет возможности протестировать продукт в реальном времени. Компании используют дополненную реальность для предоставления персональных консультаций, информации о происхождении товаров или дополнительных услугах для их продуктов, что приводит к росту продаж. Например, компания ИКЕА запустила приложение с дополненной реальностью для подбора и расстановки мебели. Внедрение AR в электронную торговлю может увеличивать конверсию онлайн-покупок на 17 %. За счёт AR потребитель получает безрисковый сценарий «попробуй перед покупкой» и возможность принять более взвешенное решение. По данным Nielsen, 51 % покупателей готовы использовать дополненную реальность для оценки продуктов. При этом пандемия, по сути, стимулировала рост онлайн-торговли, что в свою очередь способствовало созданию новых мобильных приложений с дополненной реальностью, поскольку большинство потребителей продолжают совершать покупки, не выходя из дома. В дальнейшем перспективным направлением является создание трехмерных виртуальных каталогов, меняющих модель потребления в онлайн-торговле.

Широкий доступ к информации позволяет потребителю получить больше возможностей для максимизации полезности потребляемых товаров благодаря индивидуализации предложения и автоматического отсеивания неинтересных вариантов. Снижение транзакционных издержек в процессе купли-продажи за счет использования цифровых технологий создает предпосылки для смещения

потребления из долгосрочного периода в краткосрочный. Особенности потребительского поведения в цифровой среде таковы, что можно виртуально структурировать и дополнять реальность, интерпретируя и позиционируя любые процессы и явления. Таким образом, можно оказывать влияние на формирование потребительских предпочтений, что становится манипулятивной технологией воздействия на процедуру принятия решений, с помощью которой производители продвигают в массовое сознание определенные ценности и стереотипы для удержания внимания потребителей. Активное использование дополненной реальности способно повысить продажи. Чаще всего технологии дополненной реальности используются в трех случаях: во-первых, чтобы разработать эффективную стратегию продвижения малоизвестных товаров или брендов, для стимулирования спроса на нишевые продукты. Во-вторых, чтобы повысить продажи дорогостоящих товаров, поскольку AR-технологии помогают пользователям быстрее принять решение и быть более уверенными в процессе покупки. В-третьих, чтобы развивать онлайн-каналы продаж и расширять целевые сегменты потребителей. Потребители, которые не пользуются онлайн-каналами, с большей вероятностью совершат покупку после использования AR, в связи с чем компании могут использовать дополненную реальность, чтобы мотивировать офлайн-клиентов перейти на онлайн-каналы продаж.

Можно выделить 4 наиболее перспективных направления использования технологий дополненной реальности:

1. Для развлечения потребителей: согласно концепции маркетинга впечатлений развлекательный элемент в процессе продаж в стиле шоу дарит ощущение радости и незабываемые впечатления. Так, компания розничной торговли Walmart использовала в своих магазинах специальные тематические дисплеи с эксклюзивными событиями из Вселенной супергероев в формате дополненной реальности. Помимо создания новых впечатлений для покупателей, дисплеи также побуждали клиентов исследовать больше отделов в магазинах;

2. Для обучения потребителей. При обучении клиент выполняет различные действия для получения различных знаний и умений. Например, чтобы помочь потребителям оценить новые модели автомобилей, Toyota использовали дополненную реальность для демонстрации их ключевых функций и технологий;

3. Как помощь в оценке продукта. С помощью AR-приложений можно продемонстрировать свойства товара, его комбинации с другими продуктами. AR также помогает пользователям представить, как товары будут выглядеть непосредственно на них или в их доме. Например, бренд косметики L'Oréal разработал приложение для виртуальной «примерки» косметических средств;

4. Для улучшения восприятия пользователя после покупки и влияния на долгосрочный опыт потребления. Так, McDonald's предлагает воспользоваться возможностями платформы с дополненной реальностью «Волшебная камера»: с ее помощью поход в ресторан превращается в виртуальное приключение, включающее фотоохоту за драконами в дополненной реальности.

Однако у динамичного развития технологий дополненной реальности есть и обратная сторона, которая может заключаться в снижении спроса на некото-



рые товара и услуги. Например, в России отмечают, что данные технологии могут снизить спрос на пассажирские перевозки, поскольку пандемия привела к долгосрочному переводу взаимодействия сотрудников в онлайн-формат. Тем не менее, по оценкам отчета »Markets&Markets», годовой доход от AR продолжит рост и увеличится до 692 млрд. долларов к 2025 г.

Технологии дополненной реальности открывают большие возможности по расширению маркетинговой деятельности предприятий. AR-маркетинг позволил брендам объединить физический и цифровой мир, чтобы создать уникальный пользовательский опыт. Дополненная реальность способствует более глубокой интеграции потребителей с товаром или услугой, расширяет способы взаимодействия с клиентами и инструменты продвижения продуктов. Потребители получают новый опыт, а цифровой контент помогает удержать их интерес в течение длительного времени. Использование AR-технологий в совокупности с традиционными инструментами продвижения может обеспечить увеличение спроса, рост продаж и укрепление потребительской лояльности.

### **Список использованных источников**

1. Lee M., Lee S. A., Jeong M., Oh H. Quality of virtual reality and its impacts on behavioral intent // International Journal of Hospitality Management. - 2020. - Vol. 90. - Pp. 132-145.

2. Егина, Н.А. Трансформация модели поведения потребителя в условиях цифровой экономики // Финансы и кредит. 2019. т. 25, вып. 9. С. 1971–1986.

3. Отчет о глобальном исследовании рынка дополненной реальности (AR) и виртуальной реальности (VR) за 2020 год // ResearchAndMarkets.com [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pdvg.it/ru/2020/11/27/global-augmented-reality-ar-and-virtual-reality-vr-market-research-report-2020-researchandmarkets-com/> (дата обращения: 18.05.2021).

## **AR TECHNOLOGIES AS A TOOL FOR ATTRACTING CONSUMERS**

**E.S. Milinchuk**

*Saratov state University named after N.G.Chernyshevsky,  
Saratov, Russia*

This article analyzes the impact of augmented reality technologies on consumer behavior. We show the influence of digital transformation on the formation of a new model of consumer behavior and analyze the experience of interactive interaction. We have identified the most promising areas of using AR technologies in marketing activities.

**Key words:** augmented reality, innovative marketing, impression economy, marketing communications, AR technologies.

## УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Э.И. Миннигулова, Е.А. Ехлакова

*Казанский государственный энергетический,  
г. Казань, Россия*

В статье рассматривается анализ дебиторской задолженности и современные методы управления данным процессом.

**Ключевые слова:** дебиторская задолженность, управление задолженностью, дебиторские долги предприятия.

Дебиторская задолженность служит важной составляющей хозяйственной деятельности предприятия. Недостаточное внимание к изучению данного процесса может стать причиной потери денежных средств и снижения уровня финансовой устойчивости организации, так как некорректная работа с дебиторскими долгами неумолимо ведет к уменьшению процента выручки и уровня ликвидности компании.

На сегодняшний день важно изучить теоретические основы дебиторской задолженности, выяснить причины ее возникновения и усовершенствовать систему по управлению долгами.

Термин «дебиторская задолженность» представляет собой «финансовые обязательства физических или юридических лиц перед коммерческим предприятием». Они возникают тогда, когда товары или услуги реализованы со стороны компании, а деньги от исполнителя не получены.

В зависимости от срока погашения, дебиторские долги подразделяются на 2 вида: краткосрочная задолженность имеет срок погашения в 1 год, период возврата долгосрочных обязательств наступает после истечения 1 года с даты отчетного периода.

Как отмечает исследователь Дементьева Н.М., дебиторская задолженность является высоколиквидным активом компании, при этом предоставляет собой большой риск, так как дебитор может не вернуть долг [1, с. 16-22].

На любом предприятии важен грамотный подход к развитию и выработке мероприятий по совершенствованию управленческой деятельности. И такой подход возможен лишь при правильном отношении к дебиторской задолженности, которая возникает при сотрудничестве с контрагентами (поставщиками и подрядчиками).

Анализ дебиторской задолженности включает в себя учет размера долга, выявление причин возникновения отрицательной ликвидности фирмы, с которым сотрудничает предприятие, разработку адекватной политики и современных подходов управления дебиторскими обязанностями [3, с. 73-74].

Основные задачи дебиторских займов:

1. Оптимизация общего размера дебиторского займа и обеспечение своевременного погашения долга.

2. Комплексная проверка дебитора на начальной стадии сотрудничества.

3. Ограничение размера оптимальной дебиторской задолженности.

4. Сопровождение сделки юридически.

5. Закрытие дебиторских займов.

6. Учет, контроль и оценка эффективности долгов.

7. Взыскание просроченной задолженности.

8. Работа с претензиями недобросовестных дебиторов.

Функции дебиторской задолженности:

1. Разработка финансовых управленческих целей и задач.

2. Обеспечение исполнения запланированных работ.

3. Внедрение мотивационных мероприятий для сотрудников, работающих с дебиторскими долгами.

4. Контроль при работе с задолженностями.

5. Анализ результатов, получение обратной связи.

Грамотное управление дебиторской задолженностью необходимо для поддержания платежеспособности фирмы. Ведь от выбора тактики действий, с учетом текущего финансового состояния организации и стратегий на перспективу, зависит экономический рост компании. Поэтому, в данном процессе участие принимают не только финансисты, но и генеральный директор, коммерческий отдел, финансовый менеджер, отдел продаж, юридический отдел и служба безопасности [4, с. 636-641].

Ликвидность дебиторского долга считается ключевой проблематикой любого предприятия. Она включает в себя анализ оптимального объема, оборачиваемости и качества задолженности. С возвратом дебиторского долга, появляется возможность восполнения дефицита оборотных средств, за счет чего укрепляется финансовое положение организации.

Особая актуальность проблемы управления дебиторскими долгами возникает во время инфляции, когда деньги обесцениваются. В данном случае, предприятию нужно анализировать убытки из-за несвоевременного поступления денежных средств со стороны дебиторов. Приходится вычитать из общего объема просрочки сумму, которая рассчитывается с учетом индекса инфляции денег.

Важным параметром любой дебиторской задолженности является возможность ее взыскания. Согласно ПБУ 10/99, дебиторская задолженность с истекшим сроком исковой давности и нереальный к взысканию дебиторский долг списывается в счет прочих расходов, тем самым отрицательно влияя на финансовое состояние предприятия. Однако, в 2011 г. был создан регламент о создании резерва по сомнительным финансовым долгам. В качестве основания для создания резерва используются результаты инвентаризации дебиторской задолженности за последний отчетный период [2, с. 29-30].

Процесс управления дебиторскими долгами осуществляется при помощи современных подходов.

1. Стимулирование дебиторов к досрочной оплате счетов. Контрагенты, которые внесли платеж раньше указанного срока, получают скидку на товары

или услуги. Преимущество для предприятия заключается в том, что он заблаговременно получает выручку и пускает ее в денежный оборот, тем самым возмещает сумму скидки.

2. Страховка от неуплаты платежа. Предприятие и контрагент могут заключить договор страхования, который защитит компанию от неуплаты дебиторской задолженности. Однако, данный способ требует финансовых вложений, которые не всегда оправданы.

3. Введение штрафных санкций. Если дебитор не возвращает долги в указанный срок, то сумма его задолженности будет расти в определенном процентном соотношении, который указывается в договоре. Минусом данного способа является тот факт, что такой подход может отрицательно сказаться на взаимоотношениях между предприятием и должником.

Для эффективного функционирования современных предприятий важно постоянно совершенствовать пути управления дебиторской задолженностью. Таким образом можно избежать финансовых издержек и сохранить выгодные взаимоотношения с контрагентами.

#### **Список использованных источников**

1. Дементьева, Н.М. Дебиторская и кредиторская задолженность: учет и порядок списания // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2015. – № 3. – С. 16-22.

2. Дьяконов, В.Ю. Дебиторская и кредиторская задолженность предприятий//Научно-образовательный потенциал молодежи в решении актуальных проблем XXI века. – 2019. – № 3. – С. 29-30.

3. Рыков, И.Ю. Инновационные подходы к повышению эффективности управления дебиторской задолженностью в организациях // Вестник Российского университета кооперации. – 2018. – № 3 (33). – С 73-74.

4. Яшина, Н.И. Совершенствование методологических аспектов управления дебиторской задолженностью /Экономика и предпринимательство. – 2019. – №9. – С. 636-641.

#### **ENTERPRISE RECEIVABLES MANAGEMENT**

**E.I. Minnigulova, E.A. Ekhlakova**

The article examines the analysis of accounts receivable and modern methods of managing this process.

**Keywords:** accounts receivable, debt management, enterprise receivables.

## ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ КАЧЕСТВОМ

**Ж.Н. Моисеенко, Д.С. Камышникова**

*ФГБОУ ВО Донской государственной аграрный университет,  
п. Персиановский, Россия*

Проекты существуют во всех без исключения организациях, бывают очень сложными и простыми, рискованными и не рискованными, могут приводить к разным результатам. Качество управления проектами применимы ко всем этим проектам в самых различных компаниях.

**Ключевые слова:** Проект, качество, цикл, управление.

Под качеством проекта понимают целостную совокупность характеристик объекта, которые относятся к его способности удовлетворять установленные или предполагаемые потребности. Примерами качества являются: готовность, безотказность, безопасность, надежность.

Специальные меры и методы обеспечения качества продукта всегда зависят от его типа. Так, для управления качеством программных продуктов и для строительства ГЭС используются разные меры.

Но управление качеством проекта направлено не только на продукт проекта, но и на сам проект. В этом случае подходы к управлению качеством будут одинаковы.

При планировании обязательно нужно учитывать эту двойственность и заложить инструменты контроля качества продукта проекта и проектных работ. Не редко в процессе планирования что-то одно упускается. Происходят сбои, и в результате безупречно выполненных процедур получается не нужный продукт.

Постоянная цель – регулярно улучшать качество товаров и услуг. Вы должны поставить перед собой такую цель стремиться к ее достижению. При этом требуется распределять собственные средства, а не только получать быструю прибыль. Только тогда компания сможет конкурировать с другими организациями.

Наличие новой философии качества. Не стоит мириться со стабильным уровнем изъянов и недостатков. Нужно стремиться к устранению бракованной продукции, преобразованию менеджмента.

Устранение зависимости от массового контроля, исключение необходимости контроля качества, замена «встраиванию» качества в товар. Необходимо получать статистическое подтверждение качества как в процессе производства, так и в процессе покупки.

Отказ от покупки по заниженным ценам при соблюдении соотношения «цена-качество». Нужно находить долгосрочных партнеров, укреплять доверие с поставщиком одного вида сырья / компонентов. При этом главной задачей является- минимизировать накладные расходы, а не только первоначальные.

Ежедневное улучшение всех процессов. Постоянно находите и решайте проблемы, повышайте производительность, сокращайте расходы. Основная цель руководства – постоянное совершенствование системы.

Используйте современные подходы к обучению и переподготовке сотрудников. Это дает возможность максимально использовать возможности каждого сотрудника, быстро реагировать на изменения в деятельности.

Установите лидерство, чтобы менеджеры на разных уровнях несли ответственность как за количественные, так и за качественные характеристики. Руководство должно иметь возможность принять немедленные меры для исправления дефектов. Поймите, что с повышением качества повышается и производительность.

Устранение страхов в компании, исключение враждебных отношений. Если сотрудник боится собственного руководителя, он будет стараться поддерживать с ним минимальный контакт. Нормальной работы в таких условиях быть не может.

Устранение барьеров между разными отделами. Все сотрудники должны чувствовать себя частью одной команды. Несмотря на то, что сегодня многие компании организованы по принципу функциональности (отдел маркетинга, отдел закупок), их менеджеры должны постоянно контактировать друг с другом).

Ликвидация бессмысленных лозунгов и призыв к качественной работе. Кроме негативной реакции сотрудников, они ничего не могут добиться.

Откажитесь от числовых инструкций и норм, которые устанавливают произвольные стандарты и количественные цели. Вместо этого попробуйте предоставить сотрудникам обратную связь от старшего менеджера в виде рекомендаций. Данные манипуляции обязательно приведут к постоянному повышению качества продукции и производительности сотрудников.

### **Список использованных источников**

1. Бояркова, Т.Д. Управление проектами в условиях риска [Текст]: Сборник статей / Т.Д. Бояркова, А.А. Шестемирова, М.В. Ефимовой. – Москва: ООО Издательство КноРус, 2020. – 299 с.

2. Вейнберг, Р.Р. Применение стандартов управления проектами в ИТ-индустрии [Текст]: учебное пособие / Р.Р. Вейнберг, Н.А. Моисеев, С.М. Сахарова. – Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова, 2020. – 56-66с.

3. Галищева, Д.С. Управление коммуникациями в проекте [Текст]: учебник / Д.С. Галищева. – Синергия Наук, 2020. – 360-365 с.

4. Мамонтов, С.А. Управление маркетинговыми проектами на предприятии [Текст]: учебное пособие / С.А. Мамонтов, Н.М. Глебова. – Москва: ИН-ФРА-М, 2019. – 174 с.

5. Раджабова, С.Д. Управление качеством проекта [Текст]: Сборник научных трудов по материалам VI Международной научно-практической конференции / С.Д. Раджабова, О.М. Алиев. – Анапа: ООО «Научно-исследовательский центр экономических и социальных процессов» в Южном Федеральном округе, 2020. – 20-24 с.

## BASIC APPROACHES TO QUALITY MANAGEMENT

Zh.N. Moiseenko, D.S. Kamyshnikova

*Don State Agrarian University,  
Persianovsky, Russia*

Projects exist in all organizations without exception, are very complex and simple, risky and not risky, can lead to different results. The quality of project management is applicable to all these projects in a wide variety of companies.

**Keywords:** Project, quality, cycle, management.

УДК: 33.330.3

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЦЕССОВ ПРОЕКТНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Ж.Н. Моисеенко, И.А. Дубовик

*Донской государственный аграрный университет,  
п. Персиановский, Россия*

Главная задача планирования состоит в построении модели реализации плана. Она необходима для ориентации деятельности проекта, с ее помощью определяется порядок, в котором должны выполняться работы.

**Ключевые слова:** Проект, история, цикл, управление.

Планирование проекта – постоянный процесс, направленный на определение и согласование наилучшего способа действий для достижения поставленных целей проекта с учетом всех факторов его реализации.

Главная задача планирования состоит в построении модели реализации плана. Она необходима для ориентации деятельности проекта, с ее помощью определяется порядок, в котором должны выполняться работы.

Проект плана – это единственный, поочередный и слаженный документ, включающий итоги планирования всех функций управления проектом и являющийся основой для выполнения и контроля проекта.

Работа согласно исследованию проектов включает все без исключения рубежи формирования также выполнения плана. Она наступает с роли главного начальника в процессе разработки концепции плана, длится при выборе стратегических заключений, а еще при проработке подробностей, охватывая формирование контрактных услуг, заточение договоров, проведение дел, и завершается при окончании плана.

На рубеже планирования ориентируются все нужные характеристики реализации плана: длительность по любому из контролируемых рубежей, надоб-

ность в трудовых, материально-технических и денежных ресурсах, сроки поставки сырья, материалов, девайсов и технологического оснащения, сроки и размеры вербования проектных, строй и иных организаций. Процессы и процедуры планирования плана обязаны гарантировать его реализуемость в данные сроки с малой ценой в рамках нормативных расходов ресурсов и со следующим качеством.

Главные процессы планирования имеют все шансы повторяться некоторое количество раз в направлении как всего проекта, так и его отдельных этапов.

К ним можно относят:

- планирование содержания проекта, документирование;
- описание содержания проекта, его объектов, определение основных этапов его реализации, разделение их на более мелкие управляемые части;
- формирование сметы, оценку цены ресурсов, необходимых достижения поставленных целей;
- определение работ, составление списка проекта; очередность работ; планирование времени проекта, оценка длительности дел, трудозатрат и иных важных ресурсов;
- расчет расписания, анализ технологических зависимостей выполнения работ, их длительности и требований к ресурсам;
- планирование ресурсов, определение того, какие ресурсы (люди, оборудование, материалы) и в каких количествах потребуются для проекта. Определение сроков работ с учетом ограниченности ресурсов;
- формирование бюджета, привязка сметных расходов к определенным обликам деятельности; – создание (разработку) плана проекта: объединение результатов всех процессов планирования в общий документ.

Содержание проекта определяют цели, результаты и работы проекта. В процессе существования и действия проекта все составляющие содержания проекта могут претерпевать конфигурации.

Цели итоги, работы и их свойства имеют все шансы переменяться или же уточняться как в процессе разработки плана, например и по мере достижения промежуточных результатов.

Согласованная работа всех участников проекта организуется на основе календарных планов или расписаний работ проекта, основными параметрами которых являются: сроки выполнения, ключевые даты, продолжительности работ и др.

Планирование проекта по временным параметрам заключается в составлении всевозможных расписаний работ, удовлетворяющих всем условиям и ограничениям проекта и его объектов. Календарные планы составляются на весь жизненный цикл проекта и его этапы, для всевозможных уровней управления и члены проекта.

В планировании трудовых ресурсов проекта можно безоговорочно выделить следующие пункты: Составление списка исполнителей работ, с указанием их доступности, т.е. временных возможностей их участия в проекте. Назначение достойных, надежных и добросовестных исполнителей для каждой деятельности проекта. Анализ и разрешение внезапно возникших проблем и противоречий в календарном плане проекта.



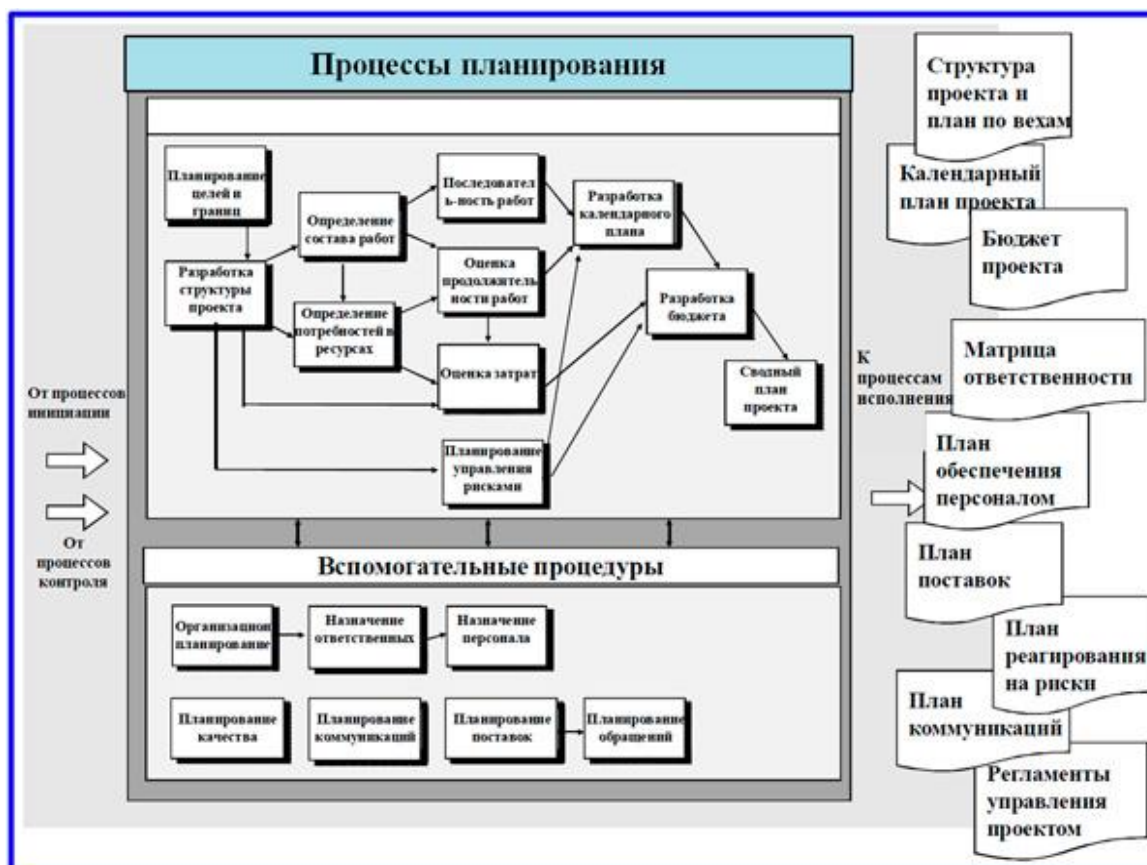


Рисунок 1 – Визуальная поэтапная модель процессов планирования

Планирование стоимости проекта состоит из следующих этапов:

1. Установление цены применения ресурсов.
2. Установление цены любой предназначенной деятельности, отталкиваясь от размера затрачиваемых в осуществление ресурсов также их цены.
3. Установление цены плана.

Управление риском в проекте – пункт управления программами, содержащий во себе движения, сопряженные со значением, рассмотрением также исследованием определенных граней реагирования в опасности во плане.

Все эти процессы, о которых говорилось выше, могут периодически повторяться до достижения какого-либо результата. Например, если первоначальная дата завершения проекта недопустима для начальника, то необходимые ресурсы, стоимость, а может даже и содержание проекта могут быть изменен. Итогом в этом случае будут согласованные ранее сроки, объемы, номенклатура ресурсов, бюджет и содержание проекта, соответствующие его целям. Сам процесс планирования не может быть полностью продуман, потому что по ходу работы возникнуть разные проблемы и непредвиденные обстоятельства. Поэтому предлагаемые в результате планирования варианты плана могут не совпадать, ведь они разрабатываются разными командами, в которых по-разному оценивают влияние на проект внешних факторов.

Планирование относится к наиболее важным и главным процессам для проекта, так как итогом его реализации является обычно уникальный объект, товар или услуга. Размер и детальность планирования определяются пользой ин-

формации, которую можно получить по итогу выполнения проекта. плана и находится в зависимости замысла проекта.

### **Список использованных источников**

1. Гапоненко, С.А. Триада концепций управления проектами как эффективный механизм инновационного менеджмента предприятия / С.А. Гапоненко // Актуальные вопросы экономических наук. 2013. № 29-2. [http:// projectimo.ru/upravlenie-proektami/ehrapy-proekta.html](http://projectimo.ru/upravlenie-proektami/ehrapy-proekta.html)
3. <http://www.promanager.narod.ru/text/t4.pdf>

## **THEORETICAL FOUNDATIONS OF PROJECT PLANNING PROCESSES**

**Zh.N. Moiseenko, I.A. Dubovik**

*Don State Agrarian University,  
P. Persianovsky, Russia*

The main task of planning is to build a model for the implementation of the plan. It is necessary for the orientation of the project activities, with its help, the order in which the work should be performed is determined.

**Keywords:** Project, history, cycle, management.

**УДК: 33.330.3**

## **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ПОСТАВКАМИ**

**Ж.Н. Моисеенко, С.С. Кутыгина**

*ФГБОУ ВО Донской государственный аграрный университет,  
п. Персиановский, Россия*

Управление цепочками поставок контролирует все производственные циклы товара от изготовления продукции и закупки сырья до доставки готовой продукции, товара или услуги потребителю

**Ключевые слова:** товар, проект, управление, поставщик.

Управление цепочками поставок в переводе на английский язык - supply chain management, SCM – это управленческая концепция или организационная стратегия, направлена на унифицированный подход к планированию и управлению всеми потоками информации о товаре, услугах, возникающих в логистических и производственных процессах предприятия, направлена на контроль экономического эффекта. Учитывая всю цепь управления поставками, это приводит

к снижению издержек, удовлетворению и увеличению спроса на конечную продукцию. Данное управление цепочками поставок контролирует все производственные циклы товара от изготовления продукции и закупки сырья до доставки готовой продукции, товара или услуги потребителю, покупателю. SCM-система - программное обеспечение, предназначенное для автоматизации и управления всеми этапами снабжения предприятия и для контроля всего товародвижения.

В составе SCM-систем обычно выделяется два крупных блока:

– планирование цепей поставок - планирование и формирование календарных графиков, моделирование различных ситуаций, анализ уровня выполнения операций;

– исполнение цепей поставок - отслеживание и контроль выполнения логистических операций.

Компоненты SCM-систем:

Планирование - прогноз продаж; построение краткосрочного и долгосрочного прогноза; учёт факторов, влияющих на продажи (издержки, убытки); расчёт оптимального запаса для каждой позиции с учетом прогноза спроса и страхового запаса;

Подбор поставщиков – управление запасами; учет пополнений; расчет прибыли от стоимости закупок; визуализация данных продаж, учет остатков, цен, прибыли;

Производство – проверка качества; совершенствование новых свойств, создание новых;

Доставка и логистика – Возврат (могут войти невостребованные товары, брак);

Необходимо максимально сконцентрироваться на конечном потребителе, ведь он является единственным субъектом, который вкладывает деньги в цепь поставок. Поэтому цепь поставок должна быть спроектирована под задачи максимального удовлетворения запросов конечного потребителя. Целью производства должен являться постоянный покупатель или довольный клиент (потребитель), для это необходимо максимально минимизировать стоимость товара при этом максимизировать качество сырья и произведенного товара или производимых услуг. Этот процесс является длительным, тяжелым и трудоемким, ведь цель управления цепями поставок – исключить и минимизировать риски получения некачественного товара.

Для выбора оптимального решения, необходимо, во-первых, обладать обширными и достоверными знаниями о поставщиках, а во-вторых – знаниями о связях между ними. Для проведения подобной работы потребуется серьезный аудит поставщиков системы – основной элемент бенчмаркинга. В помощь к решению данной задачи потребуются независимые аудиторские агентства.

Главным показателем эффективности деятельности предприятия из расчета коэффициента является рентабельность, оборот, издержки.

Поставщик должен оцениваться по следующим количественным и качественным показателям, характеризующим его надежность и экономическую эффективность его деятельности:

1. Способность обеспечить требуемое качество товаров, для длительного хранения продукции, количество рекламаций (удовлетворяющей ряду требований).

2. Объем производства (способность удовлетворять требования к объемам поставок).
3. Способность удовлетворять требования к срокам поставок, среднее время от поступления заказа до момента его отгрузки.
4. Оборачиваемость запасов.
5. Отсутствие задолженностей по поставкам.
6. Продолжительность существования, время работы в качестве поставщика системы.
7. Соотношение собственных и заемных средств, объем кредиторской и дебиторской задолженностей.
8. Гибкость производства.
9. Оценка коммерческой успешности производимой продукции.
10. Численность работников, количество вакантных мест, текучесть кадров.

11. Добавленная стоимость продукции.

14. Наличие уникальных технологий, ноу-хау, оборудования.

15. Количество основных поставщиков, в том числе незаменимых.

Связь можно оценивать по: 1. Стоимости транспортировки; 2. Времени транспортировки; 3. Надежности (продолжительности сотрудничества).

Глубина проработки дерева теоретически бесконечна. В этом случае строя дерево для, например, мясной продукции, от поставщиков мяса придется перейти к поставщикам комбикормов, далее к поставщикам сельхоз оборудования и так далее до поставщиков гаек и болтов. На практике стоит ограничить глубину построения дерева, пользуясь принципами разумной достаточности, то есть углубляться только на тот уровень, влияние которого на качество готового продукта и надежность системы в целом заметно.

### **Список использованных источников**

1. Бауэрсокс, Д. Дж., Клосс Д. Дж. Логистика: Интегрированная цепь поставок. М.: Олимп-Бизнес, 2001.
2. Кристофер, М. Логистика и управление цепями поставок. СПб.: Питер, 2004.
3. Стерлигова, А.Н. Процедуры оптимального распределения запаса в цепях поставок // Логистика сегодня, 2005. – № 4.
4. Стерлигова, А.Н. Систематизация элементов моделей управления запасами в звеньях цепей поставок // Логистика и управление цепями поставок, 2005. – № 4.
5. Стерлигова, А.Н. Терминологическая структура логистики // Логистика и управление цепями поставок, 2004. – № 4–5.
6. Хэндильд, Р.Б., Николс-мл. Э.Л. Реорганизация цепей поставок. – Москва: Вильямс, 2003.

# GENERAL CHARACTERISTICS OF SUPPLY MANAGEMENT PROCESSES

Zh.N. Moiseenko, S.S. Kutygina

*Don State Agrarian University,  
P. Persianovsky, Russia*

Supply chain management controls all product production cycles from the manufacture of products and the purchase of raw materials to the delivery of finished products, goods or services to the consumer

**Keywords:** product, project, management, supplier.

УДК 658.15

## СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В.В. Мураткина Е.А. Ехлакова

*Казанский государственный энергетический университет,  
г. Казань, Россия*

Финансовое благосостояние предприятия – это важный параметр, без которого невозможно существование и дальнейший рост организации. Поэтому в статье приводится анализ современных методов оценки экономического состояния российских предприятий.

**Ключевые слова:** финансовое состояние предприятия, методики оценки, финансовые коэффициенты.

Одним из важных факторов существования любого предприятия является его финансовое состояние: платежеспособность и финансовая устойчивость. Анализ этих данных позволяет определить способность организации выплачивать обязательства по платежам, прогнозировать уровень роста доходности и преумножение имеющегося капитала, определить уровень зависимости компании от внешних источников финансирования, выявить вероятность банкротства, а также продиагностировать перспективы развития предприятия.

На современном этапе существует огромное разнообразие методов, созданных для оценки финансового состояния организации. В статье будут представлены особенности этих методик.

Цель работы заключается в анализе и сравнении современных методов оценки финансового благосостояния предприятий, а также в выявлении самой эффективной методики.

Современная экономика представляет собой развитие предприятий благодаря собственному и заемному капиталу. Во втором случае, руководителям

предприятий приходится искать инвесторов. Перед тем как вкладывать средства в новые или существующие проекты, организация-инвестор проводит анализ финансового состояния компании, с которым будет сотрудничать. Таким образом он узнает о платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия, определяет уровень его финансовой свободы, а также вероятность банкротства, анализирует количество чистых активов. Только после тщательной оценки решается вопрос: сотрудничать или нет.

Анализ финансового благосостояния предприятия необходим и самой организации. Таким образом, можно выявить финансовые результаты, темп роста экономических показателей, определить финансовую устойчивость, предсказать и предотвратить банкротство компании.

Руководитель любого предприятия принимает важные экономические решения. Для этого нужно иметь представление о финансовом состоянии компании, обладать целым комплексом данных о хозяйственных операциях. Только так можно принимать правильные управленческие решения.

Итак, нужно разобраться в самом понятии «финансовый анализ». Разные экономисты придают этому термину свое обозначение. Толпегин О. А. считает финансовый анализ способностью компании к саморазвитию и конкурентоспособности, к проявлению потенциала развития [4, с. 364].

Савицкая Г. В. утверждает, что финансовый анализ является показателем капитала в процессе хозяйственной деятельности [3, с. 608].

Бариленко В. И. считает финансовое состояние комплексным понятием, благодаря которому руководители предприятия контролируют собственные и привлеченные денежные средства, своевременно анализируют экономику компании и принимают важные управленческие решения. Это приводит к повышению динамики роста экономических показателей организации [1, с. 234].

Проведение финансового анализа, по мнению Савицкой Г.В. и Толпегина О. А., осуществляется на основе бухгалтерской (финансовой) отчетности. Однако, для более тщательного анализа важно использовать не только результаты отчетов, но и статистику компании в государственных реестрах. Бариленко В. И. отмечает важность применения информации о состоянии отрасли в целом. Это позволит лучше определить экономические перспективы на ближайший период.

Существует несколько современных методик оценки финансового состояния предприятия, которые могут применять отдельно или совместно [1, с. 234].

Вертикальный (структурный) анализ – это изучение оборотных и необоротных активов, их состава и ликвидности, что позволяет оптимизировать состав активов. Проводится анализ капитала (удельного веса собственных и заемных средств), что важно для выявления средневзвешенной суммы капитала. Изучение денежных потоков по типам деятельности (операционная, финансовая и инвестиционная).

Горизонтальный (временный) анализ представляет собой сравнение отчетных данных с аналогичными сведениями за прошедший год. Процесс позволяет выявить рост отдельных статей и тенденцию изменений. Такой подход чаще применяют компании с сезонным обслуживанием. Можно одновременно выполнять вертикальный и горизонтальный анализ, так как они дополняют друг друга.

Сравнительный анализ – это сопоставление друг с другом отдельных видов показателей, например, финансовая отчетность филиалов. Информация для сравнения может быть взята из базы конкурентов или усредненных показателей рынка. Такой анализ помогает предприятиям занимать выгодные позиции по отношению к конкурентам, улучшать финансовые показатели и принимать правильные меры по исправлению сложившихся ситуаций.

Трендовый анализ представляет собой процесс, когда данные определенного периода берутся за основу, и показатели остальных периодов подвергаются к сравнению с этими данными. В результате выявляются отклонения и формируется тренд, который нужен для построения прогнозов на будущее.

Интегральный анализ представляет собой изучение влияния отдельных параметров или факторов на общий результат. При этом учитываются внутренние и внешние изменения (новые законы, инфляция, экономические отклонения в регионах и так далее).

Сравнение коэффициентов – анализ показателей платежеспособности и ликвидности организации, то есть, выясняется, есть ли у компании денежные средства и активы. Данный метод анализа считается одним из самых эффективных.

Итак, следует сделать вывод: определение финансового состояния предприятия осуществляется благодаря разным методикам, которые были представлены в статье. Для более глубокого и информативного анализа важно применять сразу несколько методов исследования, что позволит выявить нынешнее экономическое состояние организации, определить перспективу ее развития и разработать мероприятия для повышения ее финансовых показателей.

#### **Список использованных источников**

1. Бариленко, В.И. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие. 4-е изд., перераб. – Москва: КНОРУС, 2018. – 234 с.
2. Савицкая, Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 608 с.
3. Толпегина, О.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности предприятия. В 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для академического бакалавриата / О.А. Толпегина, Н.А. Толпегина. 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 364 с.

#### **MODERN METHODS OF ASSESSING THE FINANCIAL CONDITION OF AN ENTERPRISE**

**V.V. Muratkina, E.A. Ekhlakova**

*Kazan State Power Engineering University,  
Kazan, Russia*

The financial well-being of an enterprise is an important parameter, without which the existence and further growth of the organization is impossible. Therefore,

the article provides an analysis and comparison of modern methods of assessing the economic condition of the company.

**Keywords:** financial condition of the enterprise, assessment methods, financial coefficients.

УДК 338

## ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Т.Д. Наумова<sup>1</sup>

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья затрагивает тему происходящего в сфере экономики в период пандемии. Проблема трудового устройства рабочих с сохранением профилактических норм для нераспространения коронавирусной инфекции до сих пор остается актуальным вопросом при нынешнем положении бизнеса и экономики. В связи с этим имеет место такое явление, называемое трудовой миграцией. Массовые сокращения и быстрый переход из одной сферы деятельности в другую появились как результаты локдауна.

**Ключевые слова:** пандемия, COVID-19, трудовые мигранты, условия труда, экономика.

Пандемия оказала катастрофическое влияние на мировую экономику и пространственную мобильность людей [1]. Десятки миллионов людей лишились своей работы, заметно ухудшились условия труда, а заработная плата в среднем упала.

Процессы, вызванные и запущенные пандемией COVID-19, привели к тому, что многие трудовые мигранты оказались отрезаны от семей, ресурсов для поддержания жизнеспособности и социальной защиты, находясь в странах, в которые приехали на заработки. Данная проблема в большинстве своем обусловлена тем, что экономика в родных странах таких людей довольно слабо развита, и эти страны не располагают достаточными средствами для быстрого и, в данных условиях, необходимого проведения спланированного и централизованного возвращения трудовых мигрантов на родину. Трудовые мигранты могут быть задействованы на временных работах, что зачастую носит неофициальный характер, или находиться в незащищенных условиях, игнорирующих рекомендованные меры борьбы с коронавирусной инфекцией. Такие условия препятствуют практике социальной дистанции, что в свою очередь повышает риск заражения COVID-19 среди трудовых мигрантов. В ходе опроса, проведенного на террито-

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.



рии Российской Федерации в 2020 году, только 13 % респондентов сообщили, что в период начала пандемии пытались вернуться к себе домой. Большая часть (87 %) опрошенных в своих ориентациях и установках были намерены и далее находиться и работать в стране [2].

Занятость мигрантов в сфере неквалифицированного труда характеризуется не только непрестижностью и низкой оплатой, но и тем, что в значительной мере она встраивается в неформальные и теневые секторы экономики. Вскоре после начала эпидемии большинство трудовых мигрантов ощутило масштабность и глубину ухудшения своего социально-экономического положения, остро почувствовало негативные последствия закрытия государственных границ, введения ограничений на въезд и выезд, отмены международных авиарейсов, ухудшения состояния рынка труда, потерю источников доходов, сворачивания экономической активности малого и среднего бизнеса, в значительной мере обеспечивающего занятость трудовых мигрантов [3].

Затрагивая тему трудовой миграции работников из одной среды деятельности в другую, экстенсивную переквалификацию людей можно проиллюстрировать на примере процветающих сервисов доставки и различных платформ с курсами дистанционного формата.

В условиях карантина необходимость в данных предприятиях и услугах таких организаций возросла как никогда раньше. Различные сервисы доставки, получившие свое развитие с началом карантина, до сих пор сохраняют свою актуальность и остаются востребованными. Многие корпорации и организации, приняв во внимание успешность доставки, включили ее в перечень своих оказываемых услуг [4, 5].

Пандемия коронавирусной инфекции нанесла и продолжает наносить бизнесу экономический ущерб, ровно, как и трудовым мигрантам, не говоря уже о рисках, которым подвержены люди из-за несоблюдения мер безопасности и профилактики. Многие пандемия лишила стабильного заработка и заставила в экстенсивном режиме получить новую квалификацию. В новой реальности в преодолении последствий кризиса, связанного с пандемией, всё более очевидным становится необходимость принятия новых мер в регулировании потоков трудовых мигрантов. Завершение пандемии повлечёт за собой увеличение потребности в иностранной рабочей силе. Серьёзной задачей становится поиск путей совершенствования механизмов, регулирующих рынок труда иностранных работников, что в реальности на практике должно обеспечить максимальное использование национальных кадров. Вместе с тем, должны быть приняты меры по наращиванию усилий в области сокращения незаконного трудоустройства и теневой занятости мигрантов.

#### **Список использованных источников**

1. Abella, M.I. Commentary: labour migration policy dilemmas in the wake of COVID-19. *International Migration*. 2020. 58. P. 255–258. DOI: 10.1111/imig.12746
2. Фадеева, И.В. Государственное управление трудовой миграцией в период пандемии // *Актуальные проблемы административного права и процесса*. – 2020. – №2. – С. 61-63.

3. Красинец, Е.С. Трудовая иммиграция в период пандемии коронавируса и её последствия в социально-экономическом развитии современной России // Уровень жизни населения регионов России. – 2021. – Том 17. – №1. С. 21-31. DOI: 10.19181/lsprr.2021.17.1.2

4. Леонов, С.А. Влияние миссии компании на организацию внутренних бизнес-процессов // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).

5. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).

## LABOR MIGRATION IN THE COVID-19 PANDEMIC

**T.D. Naumova**

*FSBEI HE «St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article touches on the topic of what is happening in the economy during a pandemic. The problem of the employment of workers while maintaining preventive standards for the non-proliferation of corona virus infection is still an urgent issue in the current state of business and economy. In this regard, there is a phenomenon called labor migration. Mass layoffs and rapid transition from one field of activity to another appeared as the result of a lockdown.

**Key words:** pandemic, COVID-19, labor migrants, working conditions, economy.

**УДК 331.101.6**

## ПРИЧИНЫ НИЗКОЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА В РОССИИ

**С.И. Нестерова, О.С. Страдухина**

*Самарский университет государственного управления  
«Международный институт рынка»,  
г. Самара, Россия*

В статье раскрывается сущность показателей производительности труда, представляются результаты исследования динамики производительности труда в России и за рубежом. Приводятся проблемы, способствующие низкой результативности использования трудовых ресурсов.

**Ключевые слова:** производительность труда, выработка, трудоемкость, мотивация.

Труд является одним из основных факторов производства, поэтому от того, насколько эффективно он используется, зависит результативность всей деятельности хозяйствующего субъекта [1]. Производительность труда измеряется двумя ключевыми показателями – выработкой и трудоемкостью. Под выработкой понимается объем произведенной продукции на 1 человека или за 1 час работы. Трудоемкость показывает, сколько времени требуется для производства одной единицы продукции.

Результаты исследований показывают, что российский персонал трудится зачастую гораздо больше, чем сотрудники в других странах. Так, например, в 2019 г. россияне провели на работе в среднем 1965 часов. При этом средний аналогичный показатель по странам ОЭСР составляет 1726 часов. В то же время среднегодовое вознаграждение за труд наемных работников в ОЭСР находится в районе \$48600 при значении аналогичного российского показателя в \$9000 [4].

Данные многочисленных опросов показывают, что роль материальной мотивации для россиян остается чрезвычайно высокой. По данным исследования [5], 68 % опрошенных отмечают, что при выборе работодателя в первую очередь обращают внимание на размер заработной платы и соцпакет; 67 % респондентов передумают уходить из компании, если им повысят зарплату. По данным исследования [2], 73 % опрошенных россиян считают премию лучшей мотивацией, 56 % отмечают, что их мотивирует 13-я зарплата, 41 % – социальный пакет, 25 % – дополнительные отгулы и выходные.

Учитывая высокое значение коэффициента Джини (0,41), свидетельствующее о сильном расхождении в доходах населения, становится очевидно, что в России слабая мотивация к увеличению эффективности работы.

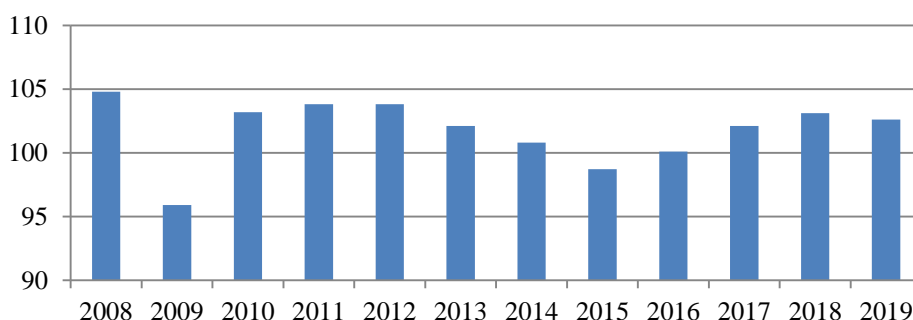


Рисунок 1 – Индекс производительности труда в Российской Федерации в 2008-2019 гг. (в % к предыдущему году)

В 2000 – 2008 гг. в России темпы годового прироста производительности труда доходили до 5 %, однако в дальнейшем рост отдачи от трудовых ресурсов замедлился (рис. 1). В 2019 г. выработка возросла до \$30,3 в час, что ниже того же показателя в США в 2,5 раза [4].

Снижение отдачи от персонала – тенденция общемировая. Однако лидеры по результативности труда – Европа, США, Япония – в 1990-е и 2000-е годы увеличивали производительность труда в 1,5 быстрее, поэтому нынешнее паде-

ние выработки не оказывает столь же разрушительного воздействия на экономику этих стран, как в РФ.

Рост производительности труда в России до 2008 г. объяснялся нефтяным бумом, который позволил загрузить большинство мощностей и в несырьевом секторе. Финансовый кризис 2008-2009 гг. сделал невозможным развитие экономики по прежнему сценарию. В 2015 г. упали размеры как ВВП, так и производительности труда. В 2018 г. был констатирован полный провал майского указа президента от 2012 г. об увеличении производительности труда в 1,5 раза за 6 лет. В 2018 г. уже назывались более скромные целевые цифры роста производительности труда – 5 % в год. В связи с пандемией COVID-2019 этот показатель был скорректирован: в 2021 г. – до 3,1 %, в 2022 г. – до 3,6 %, в 2023 г. – до 4,1 %. В 2024 г., когда будут подводиться итоги национального проекта «Производительность труда», ожидается прирост результативности до 5 %.

В качестве основных причин низкой производительности труда в России можно назвать следующие:

Низкая автоматизация многих производственных процессов, плохая инфраструктура. Ситуация усугубляется санкциями, что замедляет технологическое перевооружение, поскольку большая часть высокоэффективного оборудования производится за рубежом.

Слабая связь между затратами труда и вознаграждением убивают стимулы к улучшению работы. Многие руководители отечественных предприятий, стараясь поддерживать конкурентоспособные цены, экономят на всем. Поскольку одной из наиболее существенных статей расходов зачастую является фонд оплаты труда, он подпадает под урезание в первую очередь.

Кумовство при отборе кандидатов на «хорошие» должности и продвижении по службе. По данным компании HeadHunter это явление носит массовый характер. Согласно проведенного ею исследования, личные связи помогли устроиться на желаемую работу 79 % респондентов [3].

Большой удельный вес работающих не по специальности. По данным сервиса «Работа.ру» и портала Rambler около 40 % бывших студентов никогда не работали по полученной специальности [4]. Также многие работодатели отмечают, что обучение в учебных заведениях сильно оторвано от действительности. В учебных планах большую долю аудиторной нагрузки занимают непрофильные предметы, на дисциплины специализации приходится недостаточное количество часов, особенно на отработку практических умений и навыков. Многие образовательные организации не имеют необходимого оборудования и расходных материалов для проведения качественных лабораторных занятий. Это приводит к тому, что сотрудника зачастую приходится учить заново, что увеличивает период, по истечении которого от специалиста можно ожидать ощутимого вклада.

Неготовность населения постоянно вкладываться в свое профессиональное развитие в силу нехватки денег, времени, а также из-за отсутствия уверенности в том, что повышение квалификации будет способствовать росту заработной платы и продвижению по карьерной лестнице.

Плохие условия жизни в сельской местности и небольших городах ведут к вымыванию населения из этих мест. Люди стремятся в города-миллионники, создавая там переизбыток кадров. При этом после переезда люди зачастую не могут устроиться на должности, соответствующие их компетенциям, и вынуждены

соглашаться на рабочие места с понижением социального статуса. Нарботанные компетенции утрачиваются, экономика не получает адекватной отдачи от специалиста.

Высокая закредитованность населения и слабая уверенность в завтрашнем дне также не способствуют концентрации на выполняемых обязанностях, продуктивность работы снижается.

Низкая квалификация менеджеров, не способных создать благоприятный социально-психологический климат в коллективе, препятствует быстрой адаптации и успешной работе на предприятии.

Чрезмерная нагрузка на персонал в связи с желанием сэкономить на фонде оплаты труда и нехваткой специалистов с необходимым уровнем знаний, умений и навыков. Это ведет к невозможности полноценно восстановить силы до следующего трудового дня, профессиональному выгоранию сотрудников.

Только устранение названных выше проблем может позволить существенно повысить отдачу от трудовых ресурсов и достигнуть целевого экономического роста.

### **Список использованных источников**

1. Нестерова, С.И., Балыкова Л.Н. Человеческий капитал как важнейший фактор производства // Вестник Самарского муниципального института управления. – 2017. – №1. – С. 39-46.

2. Опрос: для большинства россиян премия на работе - лучшая мотивация. <https://newizv.ru/news/society/20-09-2019/opros-dlya-bolshinstva-rossiyan-premiya-na-rabote-luchshaya-motivatsiya>.

3. Петухов, С. Рынок труда портят мигранты, кумовство и чересчур умные работники. <https://ria.ru/20130206/921397564.html>.

4. Целых, А. Россияне работают много и плохо. Почему так и что с этим делать. <https://secretmag.ru/survival/rossiyane-rabotayut-mnogo-i-plokho-pochemu-tak-i-cto-s-etim-delat.htm>.

5. Что мотивировало российских соискателей в 2018 году. <https://www.kellyservices.ru/blog/2018/09/cto-motivirovalo-rossiiskikh-soiskateliiev-2018-ghodu>.

## **THE REASONS OF LOW LABOR PRODUCTIVITY IN RUSSIA**

**S.I. Nesterova, O.S. Stradukhina**

*Samara University of Public Administration  
«International Market Institute»,  
Samara, Russia*

The article reveals the essence of labor productivity indicators, presents the results of a study of the dynamics of labor productivity in Russia and abroad. The problems that contribute to the low efficiency of the use of labor resources are given.

**Keywords:** labor productivity, production, labor intensity, motivation.

## ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАН ЕАЭС В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

А.А. Носырева, В.И. Абрамов

*Национальный исследовательский ядерный университет МИФИ,  
г. Москва, Россия*

В работе рассмотрены направления и особенности Цифровой повестки ЕАЭС до 2025 года, а также, на основе статистических данных изучены основные показатели, определяющие уровень развития цифровой экономики стран, проанализированы конкурентные преимущества и точки роста. На основе полученных результатов были сделаны выводы и предложены меры для повышения конкурентоспособности экономик стран-членов ЕАЭС.

**Ключевые слова:** Евразийский Экономический Союз, цифровизация, цифровая трансформация, цифровые технологии.

Сегодня мировая экономика претерпевает значительные изменения, обуславливаемые переходом к новому технологическому укладу и четвертой промышленной революцией. Быстро изменяющаяся среда цифровой экономики требует иных способов управления компаниями и использования современных цифровых технологий: искусственного интеллекта, больших данных, блокчейна, интернета вещей и других [1]. Если в прошлом цифровое развитие было приоритетом инновационных компаний, то сегодня уровень развития цифровых технологий является важным фактором, определяющим конкурентоспособность стран и союзов. Цифровая экономика задает вектор, по которому в долгосрочной перспективе будут развиваться мировые социально-экономические процессы, поэтому цифровизация представляет собой неотъемлемое условие развития стран.

Евразийский Экономический Союз (далее ЕАЭС), являясь перспективным, активно развивающимся международным объединением, также рассматривает переход к цифровой экономике как ключевой движущий фактор экономического развития. Внедрение цифровых технологий, например, создание единой сетевой инфраструктуры, общих цифровых платформ, предоставляет беспрецедентные возможности для трансформации экономики Евразийского Экономического Союза. Их внедрение открывает невиданные перспективы для внешнеполитического, экономического и социокультурного развития ЕАЭС, а также для роста конкурентоспособности на внешнеполитической арене. Следует отметить, что разработка механизма регулирования рынка технологий является особым направлением в деятельности государств [2].

Актуальность цифрового развития стран-членов ЕАЭС и создания гиперконкурентной цифровой экономики отражена в направлениях Цифровой повестки ЕАЭС до 2025 г. и национальных проектах «Цифровая экономика». Их успешная реализация имеет решающее значение для развития цифровой экономики в Евразийском пространстве и повышения конкурентоспособности стран

ЕАЭС на мировых рынках в условиях усиления глобальной инновационной конкуренции.

Впервые о цифровой повестке ЕАЭС было провозглашено 26 декабря 2016 г., главы стран-членов ЕАЭС подписали «Заявление о цифровой повестке ЕАЭС». В качестве основных приоритетов в области формирования цифрового пространства были определены следующие: создание единого цифрового пространства ЕАЭС и увеличение товарооборота с внедрением электронной торговли; создание нормативно-правовой базы ЕАЭС, а также гармонизация законодательства стран ЕАЭС для создания единого цифрового пространства; увеличение масштабов применения информационно-коммуникационных технологий для повышения эффективности трансграничного взаимодействия; претворение в жизнь совместных проектов по внедрению цифровых технологий в экономики стран-членов ЕАЭС; сокращение количества препятствий для деятельности бизнеса и экспорта произведенной в ЕАЭС продукции на рынки третьих стран.

Институционально-законодательной основой для реализации Цифровой повестки ЕАЭС стало принятие документа «Основные направления реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 года», который был утвержден президентами стран ЕАЭС на заседании Высшего Евразийского экономического совета ЕАЭС в октябре 2017 г. в Сочи [3]. В качестве основных задач выделены: проведение согласованной политики, направленной на построение цифровых экономик в странах ЕАЭС; формирование единых стандартов по обмену информацией и её защите; вклад цифровой экономики ЕАЭС в ежегодный рост ВВП в странах-членах; увеличение числа занятых в цифровой экономике; увеличение объемов экспорта цифровых товаров и услуг.

Цифровая повестка представляет собой комплексную программу цифровизации Евразийского пространства. Она определяет круг направлений, которые систематизируют предложения о сотрудничестве, разработке и реализации цифровых проектов. К направлениям развития цифровой экономики в рамках Цифровой повестки относится цифровая трансформация отраслей экономики и кросс-отраслевая трансформация; цифровая трансформация рынков товаров, услуг, капитала и труда; цифровая трансформация процессов управления и интеграционных процессов; развитие цифровой инфраструктуры и обеспечение защищенности цифровых процессов. Каждое из выделенных направлений формирует перечень важных инициатив на пути формирования цифрового пространства. К ним относятся: создание системы цифровой прослеживаемости товаров; формирование системы цифровых транспортных коридоров ЕАЭС; создание партнерств между государственным и частным сектором для развития бизнеса в условиях цифровизации; формирование цифровой экосистемы для трудоустройства граждан стран-членов ЕАЭС и другие.

Одной из наиболее значимых инициатив является создание единой цифровой платформы ЕАЭС, которая представляет собой сложную информационную систему для поддержки деятельности цифровых процессов, сервисов и использования цифровых ресурсов большим количеством субъектов цифровой экосистемы, и обеспечивает возможность их прямого взаимодействия.

В цифровую интеграцию ЕАЭС также планируется включить три важных составляющих:

1. ЕАЭС Data X – единая подсистема передачи и обмена данными в электронном виде;
2. ЕАЭС ID – единое пространство электронного доверия;
3. ЕАЭС Geo – геоинформационная система и сервисы картографической основы, которые способствуют упрощению контроля за транспортировкой и прослеживаемостью товаров [4].

Помимо Цифровой повестки ЕАЭС до 2025 г/, каждая страна-член ЕАЭС разработала и приняла свою программу цифрового развития. Однако, учитывая разный уровень инфраструктурной и технологической готовности стран к внедрению цифровых технологий, а также высокие темпы цифровизации мировой экономики, можно утверждать, что только единая система для взаимодействия B2B, B2G, G2G форматов с единым центром управления позволит достичь ЕАЭС максимальной конкурентоспособности на мировой цифровой арене. Слияние межгосударственных цифровых рынков укрепит принципиальные основы общего рынка ЕАЭС, а также облегчит получение ожидаемых эффектов и цифровых дивидендов от претворения в жизнь цифровых преобразований, таких как повышение производительности, доступ к мировым рынкам, инновационные рабочие места, цифровые активы и др.

Оценить уровень развития цифровой экономики в странах ЕАЭС можно посредством анализа международных ИКТ-рейтингов, составленных на основе различных композитных индексов, которые отвечают за цифровую трансформацию отдельных секторов экономики и жизни общества. В данной работе использованы следующие индексы:

- Индекс развития информационно-коммуникационных технологий (ICT Development Index – IDI);
- Индекс цифровой экономики и общества (Digital Economy and Society Index – DESI);
- Индекс мировой цифровой конкурентоспособности (IMD World Digital Competitiveness Index – WDCI);
- Индекс цифровой эволюции (Digital Evolution Index – DEI);
- Индекс глобального подключения (Global Connectivity Index – GCI, Huawei);
- Глобальный индекс инноваций (The Global Innovation Index – GII) [5].

Таблица 1 – Сравнительный анализ индексов стран

Страна	IDI 2017	WDCI 2018	DEI 2017	GCI 2018	ГИ 2018	EGDI 2016	Среднее место
Россия	45	40	39	36	46	35	34,1
Казахстан	52	38	-	45	74	33	48,4
Беларусь	32	-	-	42	86	49	52,25
Армения	75	-	-	-	68	87	76,6
Кыргызстан	109	-	-	-	94	97	100



Из таблицы 1 видно, что по совокупности индикаторов наиболее высокий уровень развития цифровых технологий среди стран ЕАЭС наблюдается в России – в среднем 34 место, далее расположился Казахстан – 48 место, Беларусь – 52 место, Армения – 77 место, и замыкает данный список Кыргызстан – 100 место в мире.

Несмотря на то, что по указанным показателям страны ЕАЭС находятся достаточно далеко от стран-лидеров отрасли, страны-члены ЕАЭС демонстрируют активные темпы роста. Так, например, за период с 2010 по 2016 гг. индекс EDGI Республики Беларусь увеличился с 0,4900 до 0,6625 балла, обеспечив тем самым рост рейтинга с 64 до 49 места. При этом в 2004 г. Беларусь была только на 81-м месте [1].

Цифровая экономика открывает новые возможности для экономического роста, повышения производительности труда, создания новых рынков и отраслей. Однако, в исследовании «Получение цифровых дивидендов: Эффективное использование интернета как инструмента развития в регионе Европы и Центральной Азии» исследователи Всемирного банка приходят к выводу о том, что в Евразийском регионе блага от использования интернета разделяются между пользователями неравномерно, происходит увеличение неравенства между странами и группами населения внутри стран [6]. Также указывается, что специфика цифровизации стран ЕАЭС характеризуется двумя основными факторами. Во-первых, сильным влиянием государства в экономике и, во-вторых, низким уровнем готовности к рискам частного сектора. Монополизация государством интернет-провайдеров в некоторых странах ЕАЭС привела к тому, что доступ к всемирной сети остается дорогим, а качество услуг при этом достаточно низким, вследствие чего масштабы использования интернета для нужд бизнеса невелики. В связи со сложившейся спецификой, успешность внедрения цифровых технологий в странах ЕАЭС будет зависеть от выбранных механизмов. Обмен успешным опытом и совместные стандарты могут значительно повысить эффективность государственного и муниципального управления при использовании цифровых технологий. Например, цифровой двойник является одной из самых многообещающих технологий нашего времени, позволяющей принимать управленческие решения в логике «из будущего». Характерным свойством цифрового двойника считается бесстыковая интеграция физического и цифрового объекта. В научных кругах и в менеджменте все больше понимается важность применения цифровых двойников в различных сферах, например, в управлении ЖКХ [7] и городом в целом [8]. Следует отметить, что с использованием цифровых двойников можно находить оптимальные решения по многим критериям [9], что дает новые перспективы в степени проработки задач.

В заключение стоит отметить, что цифровизация и создание единого цифрового рынка ЕАЭС представляет собой один из ключевых векторов развития региона, который окажет положительное влияние на экономику стран-членов объединения. Для достижения конечной цели необходимо приложить еще много усилий для создания соответствующей нормативно-правовой базы и инфраструктуры. На сегодняшний день в мире не существует единого шаблона цифровизации интеграционных объединений, однако, изучение мировых практик позволит избежать потенциальных ошибок и пройти путь цифровой трансформации ускоренным темпом.

## Список использованных источников

1. Mapping your transformation into a digital economy with GCI 2018 // Huawei, Oxford Economics. [Electronic resource] – URL: [http://www.huawei.com/minisite/gci/assets/files/gci\\_2018\\_whitepaper\\_en.pdf?v=20180605](http://www.huawei.com/minisite/gci/assets/files/gci_2018_whitepaper_en.pdf?v=20180605).
2. Государственное регулирование инновационной активности организаций / В. И. Абрамов, В. В. Асаул, С. Г. Вагин, К. С. Николаева // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2014. – № 11(121). – С. 91-94.
3. Основные направления реализации цифровой повестки ЕАЭС до 2025 года утверждены на заседании Совета. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://d-russia.ru/osnovnye-napravleniya-realizatsii-tsifrovoj-povestki-eaes-do-2025-goda-utverzhdeny-na-zasedanii-soveta.html>.
4. Цифровая повестка ЕАЭС // Tadviser. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tadviser.ru/index.php>
5. Головенчик, Г.Г. Рейтинговый анализ уровня цифровой трансформации экономик стран ЕАЭС и ЕС // Цифровая трансформация, 2018. – С. 5-18.
6. Давыденко, Е.Л. На пути к цифровой трансформации ЕАЭС. – Минск: ИВЦ Минфина, 2021.
7. Абрамов, В.И., Кашироков А.С. Цифровые двойники - эффективные инструменты цифровой трансформации ЖКХ. // Цифровая экономика и финансы: материалы IV Международной научно-практической конференции. – Санкт-Петербург: ЦНПТ «Астерион», 2021. – С. 139-143.
8. Абрамов, В.И., Громыко А.А. Цифровой двойник умного города как современная тенденция цифровой экономики // Государство и общество России в контексте современных геополитических вызовов: новации, экономика, перспективы: Материалы XII Всероссийской научно-практической конференции. Чебоксары: ИПК «Новое время», 2021. – С. 215-220.
9. Абрамов, В.И., Головин О.Л., Столяров А.Д. Методика поиска Парето-оптимальных решений по развитию умных городов на базе их цифровых двойников. // Современная экономика: проблемы и решения. – 2021. – № 9(141). – С. 8-15. DOI 10.17308/meps.2021.9/2666.

## INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE EAEU COUNTRIES IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY

**A.A. Nosyreva, V.I. Abramov**

*National Research Nuclear University «MEPhI»,  
Moscow, Russia*

The work examines the directions and features of the EAEU Digital Agenda until 2025, and, on the basis of statistical data, studies the main indicators that determine the level of development of the digital economy of countries, analyzes the competitive advantages and growth points. Based on the results obtained, conclusions were drawn

and measures were proposed to increase the competitiveness of the economies of the EAEU member states.

**Keywords:** Eurasian Economic Union, digitalization, digital transformation, digital technologies.

УДК 330.101

## ВЛИЯНИЕ МИРОВЫХ ИНФЛЯЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА НАЦИОНАЛЬНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ

А.С. Павленко<sup>1</sup>

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

В настоящей статье определено понятие термина инфляция, рассмотрен фактор влияния инфляционных процессов на тенденции развития финансовых рынка на современном этапе развития, а также выявлены основные негативные стороны влияния инфляционных процессов на развитие финансовых рынков.

**Ключевые слова:** инфляция, финансовый рынок, мировые финансы, влияние, тенденции, развитие, рост цен.

Говоря о роли инфляционных процессов в мировых финансовых рынках, следует отчетливо понимать понятие термина «инфляция». Так, инфляция представляет собой процесс активного повышения цен на товары и услуги на определённых рынках [1].

В современной экономической обстановке резко возрастает фактор неопределенности и связанные с ним риски. Важнейшим из них является риск инфляции, который заключается в угрозе обесценения элементов современных рынков в результате усиления инфляционных процессов, особенно сегодня, в период активного распространения пандемии.

Следует отметить, что инфляционные риски несут особенно высокий уровень опасности в рамках прямого воздействия на финансовые результаты как производственных предприятий, так и непроизводственных организаций [2]: цены на производственные ресурсы на финансовых рынках имеют тенденцию к интенсивному росту, в то время как уровень цен на готовый продукт и услуги развивается менее активно, что снижает рентабельность предлагаемых рынком продуктов и услуг [3].

Также следует отметить тот факт, что ожидаемая инфляция может как положительно, так и отрицательно повлиять на финансовые рынки, в зависимости

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

от способности инвестора хеджировать, а также в зависимости от денежно-кредитной политики правительства исследуемого государства.

Отрицательными элементами инфляционных процессов на сегодняшнем уровне развития мировых финансовых рынков можно считать [4]:

- рост общего уровня цен, влекущий за собой рост всех издержек как производственного, так и непроизводственного характера;
- обесценение капиталовложений, искажающее и затрудняющее планирование инвестиционной политики;
- искажение всего анализа по оценке платежеспособности, рентабельности, финансовой устойчивости участников финансового рынка,
- невозможности осуществления поставленной финансовым планированием политики в долгосрочной перспективе.

Тем не менее, существуют отдельные ситуации, когда влияние инфляционных процессов на мировые финансовые рынки проявляет себя как положительный фактор. В рамках позитивного влияния можно выделить следующие элементы влияния [5]:

- обесценение кредиторской задолженности и возможность более выгодного её погашения через денежные средства с заниженной покупательной способностью;
- использование финансовых инструментов, не учитывающих инфляционные изменения, для привлечения дополнительных средств.

Таким образом, когда инфляция растет, покупательная способность снижается, иными словами, на каждый доллар покупатель может приобрести меньшее количество товаров и услуг [6]. Для инвесторов, заинтересованных в покупке акций, приносящих доход, или акций, по которым выплачивают дивиденды, высокий уровень инфляции делает эти акции менее привлекательными, чем низкий, поскольку рост дивидендов, как правило, не соответствуют уровню инфляции.

Также следует отметить, что на сегодняшний день в условиях развития новой коронавирусной инфекции в мировом экономическом сообществе, влияние инфляционных процессов на финансовые рынки особенно обострилось [7].

Сегодня отмечается наиболее высокий уровень инфляции со времени крупнейших мировых кризисов. Значительный рост цен заметно снижает покупательную способность населения, повышение ключевой ставки влияет на подорожание кредитных продуктов (кредитов, автокредитов, ипотеки). Так, на рынках начинается перенасыщение благами и услугами, что в последствии может привести к обвалу национальной валюты, другими словами, усиление инфляции может стать причиной сильного кризиса на государственном уровне [8, 9].

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что инфляционные процессы на сегодняшний день оказывают существенное влияние на финансовые рынки, особенно если уровень инфляции в том или ином государстве, составляет более 4-5 % в год. Инфляция обесценивает все доходы и поступления денежных средств на финансовом рынке. Высокая инфляция затрудняет и уменьшает инвестиционную деятельность, ведет к потере накоплений и средств, предназначенных для расширенного воспроизводства.

## Список использованных источников

1. Хачатурян, А.А., Подковырин В.А. Сущность инфляции и ее социально-экономические последствия // Актуальные вопросы обеспечения обороноспособности и безопасности государства в новых экономических условиях. – 2021. – №2. – С. 363-369.
2. Ванаева, О.Е., Кутейников Н.А. Роль инфляции в системе мировых финансов // Economy and Business. – 2016. – №2. – С. 55-58.
3. Пшеничная, В.В., Бондаренко Т.И. Анализ инфляции в экономике России // Структурная и экономическая деформация России: проблемы и перспективы. – 2021. – №5(12). – С. 255-261.
4. Гриднева, Т.М., Ковшова М.В. Актуальные аспекты влияния инфляции на финансовую устойчивость // Вестник екатеринбургского института. – 2019. – №1(45). – С. 25-29.
5. Голощاپов, Д.Н. Глобализация финансового рынка и инфляция // Финансы и кредит. – 2009. – № 5(341). – С. 71-74.
6. Попова, В.И. Исследование инфляции как социально-экономического явления // Современная экономика: проблемы, пути решения, перспективы. – 2021. – №1. – С. 148-151.
7. Михайлова, В.В. Современные инфляционные процессы на потребительском рынке // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики в современных условиях. – 2021. – №1. – С. 132-135.
8. Пономаренко, А.А. Инфляция: сущность, первопричины и виды // Экономика и бизнес. – 2021. – №1-2 (67). – С. 67-69.
9. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).

## INFLUENCE OF GLOBAL INFLATION PROCESSES ON NATIONAL FINANCIAL MARKETS

**A.S. Pavlenko**

*FSBEI HE «St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article, defines the concept of the term inflation, the factor of influence of inflationary processes on the trends of financial market development at the present stage of development is considered, and, moreover, the main negative aspects of the influence of inflationary processes on the development of financial markets are identified.

**Key words:** inflation, financial market, global finance, impact, trends, development, price growth.

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ДОМИНИРОВАНИЕ США: ВЛИЯНИЕ НА МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ

М.О. Плаксина<sup>1</sup>

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена технологическому развитию США и его влиянию на мировую экономику. Статья раскрывает проблемы, с которыми сталкивается США, и предлагает возможные пути их решения. Также автор упоминает значимые для мирового общества инновации, которые были разработаны в США.

**Ключевые слова:** технологическая сфера, доминирование, уникальные разработки, изобретатель, конкурент.

Существует множество мнений о том, какая страна занимает важнейшую позицию в разработке и предоставлении инновационных технологий. Автор данной статьи предлагает рассмотреть доминирование США в технологической сфере.

Положение США является лидирующим в областях производства новейших технологий, электронной и компьютерной техники, способность американских изобретателей и предпринимателей осуществлять инновационную деятельность всегда была одним из главнейших факторов роста национальной экономики. За последние 50 лет американской истории экономический рост был обусловлен в основном за счет практического применения научных и технологических достижений. Следует подчеркнуть, что у данного превосходства над странами существует и другая сторона, разработчикам всегда приходится ограничивать доступ различных корпораций к наиболее передовым технологиям, «умному» капиталу и научным ресурсам, чтобы не потерять авторство уникальных разработок.

Автор предлагает рассмотреть, с чего началось доминирование США в данной сфере. Сектор высоких технологий является одним из крупнейших и наиболее значимых в современной экономике. В нем можно выделить такие отрасли: производство программного обеспечения, компьютеров и компьютерной техники, полупроводников, систем хранения информации и сетевых коммуникаций, предоставление услуг связи и оборудования для телекоммуникаций [1]. США одни из первых начали развиваться в этой сфере, поэтому они все еще опережают некоторые страны на целую технологическую ступень, создавая самые сложные и совершенные системы.

Начнем с первых и самых значимых инноваций, которые появились в XX веке, но пользуются огромной актуальностью сейчас. Без наших гаджетов, кото-

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

рые всегда под рукой, мы не можем представить себе и существование, ведь они выполняют множество полезных и удобных функций. И непонятно, как раньше наши предки жили без таких устройств, которые во многом упрощают нашу жизнь. Речь идет о смартфонах, компьютерах и прочих девайсах.

Обратимся к истории, первый массовый персональный компьютер был выпущен американской корпорацией International Business Machines в 1981 году 12 августа. А в 1973 году Мартин Купер – американский инженер и физик - впервые сделал звонок по мобильному, который мог соединить пользователя с телефонной сетью без помощи оператора мобильной связи. Эти величайшие события вошли в историю и несомненно являются ключевыми открытиями для современности, что доказывает превосходство США над другими странами. Ведь именно эти изобретения являются сейчас самыми популярными в продаже, так как пользуются огромной актуальностью в современном мире. Сейчас обучение, работу и общение можно уместить в небольшие девайсы, чтобы выполнять задачи не ограничиваясь местом и временем. Большинство стран начали свое производство электронной техники, так как поняли, что это пользуется спросом. Но не стоит забывать «родину» данных разработок.

Также стоит упомянуть еще несколько мировых открытий: Magnavox Odyssey – первая в мире портативная игровая приставка (1972 год), Galaxy Game – первый в мире игровой автомат (1971 год), Grid Compass – первый ноутбук в истории (1982 год), Хегох – первый лазерный принтер от компании (1969 год) и многие другие.

Таким образом, на сегодняшний день научно-технический потенциал США является самым крупным в мире – доля в мировом производстве наукоемкой продукции составляет более 36 % [2]. Рост эффективности и конкурентоспособности американского бизнеса стал в значительной мере благодаря эффективному прикладному использованию достижений науки и техники в самых различных областях, внедрению в практику новейших открытий в области методов управления операциями и персоналом, теории организации, достижений маркетинга и финансового менеджмента.

Технологический сектор является ключевым для экономики США. Этот сектор не только формирует основу экономики, но и является базисом развития современного мирового общества. Технологические инновации помогают обществу улучшить другие сферы жизнедеятельности.

США входит в ТОП-3 мирового рейтинга технологических стран. Конкурентами являются такие страны как: Япония, Южная Корея, Китай, Канада, Германия и др.

Крупнейшими компаниями США являются: Apple, Microsoft, Google, Facebook, Visa, Adobe, Netflix, Intel, NVIDIA, Mastercard и многие другие. США прочно сохраняют за собой мировое лидерство по общему объему международной передачи технологии, включающей все формы НТП (технологии, управление, интеллектуальная собственность, НИОКР и т. д.), а равно по созданию, производству и экспорту технологии XXI в. – сверхмощных компьютеров нового поколения, атомных реакторов, авиаракетной техники, информационных технологий, лазерной техники и оптоэлектроники. Кроме того, США не только основной мировой производитель наукоемкой продукции, но и ее главный миро-

вой потребитель и крупнейший рынок ее сбыта. Именно узость рынков других стран - одно из препятствий расширения экспорта этой продукции из США [3].

Чтобы не терять лидирующую позицию в мире технологий и обезопасить уникальные данные, США приходится предпринимать различные меры. Известно, что список санкций постоянно обновляется, чтобы защитить плагиат или слив данных. Меры направлены не только на ограничение потенциала развития стран-оппонентов, но также на воспроизводство на рынках высоких технологий доминирования американских компаний в отдельных ключевых сферах, позволяющим им оставаться структурообразующими игроками глобальных стоимостных цепочек (ГЦ), рынков и отраслей [4]. По оценкам Белого дома, один только Китай ежегодно наносит американским компаниям ущерб на \$50 млрд. Стоит помнить, что не один только Китай находится в постоянном поиске засекреченной информации.

Таким образом, следует сделать вывод о том, что в настоящее время сложно сохранить лидирующее место в технологическом развитии. Для этого нужно не только эффективно использовать достижения науки и техники в различных областях, но и уметь обеспечить безопасность для уникальной разработки новых технологий [5, 6].

Подводя итог всему вышесказанному, отметим, что в данной статье автор привел несколько аргументов для подтверждения доминирования США в технологическом секторе. А также проанализировал проблемы, с которыми можно столкнуться, когда занимаешь высокую позицию.

#### **Список использованных источников**

1. Холоденко Оксана. Сектор высоких технологий в США: текущее состояние и основные тенденции [Электронный ресурс]. URL: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/sector-vysokih-tehnologiy-v-ssha-tekushee-sostoyanie-i-osnovnyye-tendencii> (дата обращения 10.11.2021)

2. Место и роль США в мировой экономике [Электронный ресурс]. URL: <https://finuni.ru/mesto-i-rol-ssha-v-mirovoy-ekonomike/>

3. Стратегия развития науки и технологии в США в XXI веке [Электронный ресурс]. URL: [https://vuzlit.ru/2025815/strategiya\\_razvitiya\\_nauki\\_tehnologii\\_veke](https://vuzlit.ru/2025815/strategiya_razvitiya_nauki_tehnologii_veke)

4. Данилин, И.В. Американско-Китайская технологическая война: риски и возможности для КНР и глобального технологического сектора / Текст научной статьи по специальности «Экономика и бизнес» // Данилин И.В.

5. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).

6. Леонов, С.А. Влияние миссии компании на организацию внутренних бизнес-процессов // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).



# US TECHNOLOGICAL DOMINANCE: IMPACT ON THE GLOBAL ECONOMY

**M.O. Plaksina**

*FSBEI HE»St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article is devoted to the technological development of the United States and its impact on the global economy. The article reveals the problems faced by the United States and suggests possible ways to solve them. The author also mentions innovations that are significant for the world society, which were developed in the USA.

**Key words:** technological sphere, dominance, unique developments, inventor, competitor.

УДК 664

## ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

**А.В. Прахова, А.Б. Вишнякова**

*Самарский государственный экономический университет,  
г. Самара, Россия*

В статье рассматриваются основные проблемы предприятий химической промышленности. Уделяется внимание экологической безопасности функционирующих производств. Подчеркивается необходимость проведения комплексной модернизации существующего оборудования

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, промышленность, экология, социальные обязанности.

Стремление к устойчивому развитию и требование сделать наше общество, экономику, системы потребления и производства более экологически, социально и экономически устойчивыми является доминирующей задачей управления 21-го века. Пристальное наблюдение за последствиями предпринимательской деятельности прослеживается на протяжении всей истории. В 20-м веке экономическая экспансия опиралась на два ключевых элемента. С философской точки зрения она руководствовалась умонастроением, прочно укоренившимся в неоклассической экономической теории.

Прослеживалась склонность к тому, что физические ресурсы планеты безграничны и не будут сдерживать рост.

Не признавалось то, что могут существовать пределы способности планеты поглощать отходы и загрязнения.

Расширение экономической деятельности, обычно измеряемое как общее количество потребляемых товаров и услуг в пересчёте на ВВП, приравнивалось к таким понятиям как прогресс и развитие.

Многие социальные и экологические издержки рассматриваются как внешние факторы, это означает, что расходы на устранение экологического или социального ущерба, связанного с производством или потреблением конкретных продуктов, не отражаются в структуре издержек производителей или ценах, которые в конечном счете платят потребители. Теоретически такие внешние эффекты должны покрываться правительствами за счёт налогов, взимаемых с потребителей и производителей, в том числе. Однако на практике предпочтения потребителей в голосовании и лоббистское давление бизнеса обычно удерживают правительства от повышения налогов, достаточных для полного покрытия неудовлетворенных издержек экономической деятельности.

С практической точки зрения экономическая экспансия 20-го века была основана на потреблении дешёвой и обильной нефти, но к концу века стали очевидны два фактора:

Пиковая добыча нефти будет достигнута в течение нескольких десятилетий, и даже если она будет расширена за счёт новых открытий и технологий для эксплуатации нетрадиционных ресурсов, растущий спрос на нефть со стороны крупных и быстро индустриализующихся экономик Индии и Китая будет быстро поглощать новые поставки.

Но, даже если бы не было проблем с поставками нефти, необходимо учитывать и тот факт, что потребление ископаемого топлива и вытекающие из него выбросы углекислого газа (CO<sub>2</sub>) ведут к глобальному потеплению и изменению климата, что угрожает стабильности, процветанию и безопасности обществ во всём мире.

Поэтому механизмы и экономика наших систем производства и потребления должны быстро развиваться в течение нынешнего столетия, чтобы справиться с ограничениями в поставках нефти, высокими ценами на энергию и необходимостью ограничения выбросов CO<sub>2</sub> и других парниковых газов.

Традиционное управленческое мышление, доминировавшее на протяжении всего 20-го века, меняется в настоящее время. Большая часть прошлого столетия была обозначена афоризмом Милтона Фридмана «Дело бизнеса – делать бизнес». Неоспоримый приоритет – первенство, интерес акционеров и рост, который является главной целью большинства стратегических менеджеров. Хотя максимизация прибыли часто считается основной целью, исследования показывают, что для организации в первую очередь важно обеспечивать безопасность, которая создаёт престиж организации в наше время, сопровождающую рост, делая бизнес более привлекательным, чем максимизация прибыли, которая принесит больше пользы акционерам, чем менеджерам. С учетом того, что выгоды от роста, который не является устойчивым, ставятся под сомнение, а также с учетом требований к бизнесу удовлетворять потребности заинтересованных сторон и брать на себя более широкий спектр социальных обязанностей, менеджеры вынуждены меняться, чтобы реагировать на изменения в приоритетах и ожиданиях общества.

Во второй половине 20-го века произошел значительный сдвиг в отношении традиционного экономического роста и приемлемости его социальных и

экологических последствий. Некоторые прогнозы 60-х годов оказались чрезмерно пессимистичными, но анализ создал широкое признание того, что мы живём на физической планете с конечными пределами, а не в экономическом гиперпространстве неограниченных возможностей.

Куда сложнее пришлось промышленности, которая терпит изменения по сей день. 1980-е годы ознаменовались рядом серьёзных экологических и социальных инцидентов, связанных с бизнесом, включая разлив нефти Exxon-Valdez в проливе Принца Уильяма на Аляске, смертельный взрыв на химическом заводе Union Carbide в Бхопале, загрязнение Рейна после пожара на химическом заводе Sandoz и ядерные катастрофы на Три-Майл-Айленде и Чернобыле. Научные открытия также продемонстрировали воздействие индустриализации через открытие дыры в озоновом слое, вызванной хлорфторуглеродами (ХФУ), растущим уровнем пестицидов, обнаруженных в продуктах питания и воде, и растущими доказательствами глобального потепления, вызванного парниковыми газами. Эти факторы в совокупности создали широкую общественную, медийную и политическую озабоченность безопасностью продуктов и производственных технологий, используемых компаниями, и ответственностью менеджеров, стоящих за ними. Таким образом, последнее десятилетие 20-го века ознаменовалось растущей обеспокоенностью социальными и экологическими последствиями и ответственностью бизнеса. Это нашло отражение в ряде инициатив, включая «Хартию устойчивого развития» Международной торговой палаты, разработку новых сертифицированных схем социального и экологического менеджмента и все более широкое использование организациями показателей устойчивости и социальной и экологической отчетности.

В докладе Всемирной комиссии по окружающей среде и развитию (WCED, часто называемой «Комиссией Брундтланда», поскольку она возглавлялась премьер-министром Норвегии Гро Гарлемом Брундтландом) содержится простая и запоминающаяся инкапсуляция устойчивого развития как «удовлетворения потребностей настоящего без ущерба для способности будущих поколений удовлетворять свои потребности». В докладе признается взаимозависимость между физической средой, социальным благосостоянием человека и экономической деятельностью и необходимость обеспечения баланса между этими тремя элементами.

Это значит, что, во-первых, промышленное производство должно быть согласовано с экологическими законами, что необходимо построение качественно новой, экологически безопасной модели хозяйствования, в которой хозяйственные процессы органично вписываются в биосферные циклы; во-вторых, устойчивое развитие промышленности предполагает социальную справедливость: искоренение нищеты, обеспечение более равномерного распределения доходов, развитие людских ресурсов, повышение качества жизни, сохранение природных благ для будущих поколений.

Справедливость обеспечивает более рациональное распределение издержек и выгод экономического развития между различными странами, регионами, расами и возрастными группами, а также между полами. Традиционное экономическое развитие в 20 веке не смогло уменьшить проблему глобальной бедности и сократить разрыв между богатейшими и беднейшими странами. Согласно данным Программы развития ООН, на рубеже веков самые богатые 20 % миро-

вого населения в промышленно-развитых странах потребляли 86 % мировых ресурсов, в то время как самые бедные 20 % мирового населения делили всего 1.4 % ресурсов планеты. Потребности глобальной бедноты являются ключевым компонентом. По оценкам Всемирного банка, около трех миллиардов человек во всем мире живут менее чем на 2 доллара в день.

Эти аспекты демонстрируют, какой иной и сложный подход к развитию, экономике, бизнесу и управлению она представляет. Акцент на потребностях и глобальной бедноте также сильно отличался от традиционного бизнес-мышления, которое обычно направлено на удовлетворение потребностей тех, кто имеет наибольший располагаемый доход.

До 1980-х годов экологические и социальные проблемы были важны для относительно небольшого количества компаний в таких отраслях, как нефтяная, химическая и автомобильная промышленность, и обычно рассматривались как оперативные вопросы, касающиеся соблюдения требований и правил. К концу 1980-х годов эти проблемы стали частью стратегической повестки дня широкого круга компаний по ряду причин:

Такие инциденты, как разливы нефти и утечки химических веществ, показали, что плохие экологические показатели создают риски, которые могут поставить под угрозу существование компании.

Акционеры и страховщики начали интересоваться экологическими показателями компаний в чувствительных отраслях из-за связанных с ними рисков. Экспертное отношение к экологическим и социальным проблемам и рискам также стало всё чаще использоваться в качестве косвенного показателя профессионального подхода к управлению.

Забота общества об охране окружающей среды порождала новые экологически и социально ориентированные рыночные возможности за счёт спроса на такие продукты, как органические продукты питания, натуральные чистящие средства и т.д.

Исследования показали, что работники всё больше беспокоятся об экологических и социальных показателях своих работодателей, а выпускники и многие высокоэффективные работники всё чаще принимают во внимание эти факторы при принятии решений о карьере.

Принципы устойчивого развития направлены на то, чтобы предприятия оставались согласованными со своей внешней средой таким образом, чтобы она не истощалась, и чтобы предприятие могло оставаться в бизнесе как можно дольше. Именно те компании, чья экологическая стратегия была грамотно интегрирована с традиционным стратегическим процессом управления, имели тенденцию к успеху.

Научные данные ясно показывают, что наши нынешние модели производства и потребления не являются устойчивыми и нет никаких оснований полагать, что технологии, институты, ценности и бизнес модели, которые породили столь неустойчивое экономическое развитие в течение 20-го века, теперь способны обеспечить прогресс в направлении устойчивого развития без радикальных изменений. Однако, эти изменения должны способствовать повышению уровня жизни и достижению социальной стабильности, при этом не увеличивая нагрузку на окружающую среду.

Несмотря на то, что мысль об экологизме зародилась почти полвека назад, некоторые из предприятий до сих пор не спешат соблюдать элементарные правила безопасности, не говоря о достижении целей устойчивого развития. «Тольяттиазот» – одно из крупнейших химических предприятий России. Выпускает аммиак, углекислоту, карбамид, базальтовое волокно, метанол, реакционные трубы для химической промышленности и др. Развито и производство строительных материалов: кирпича, керамической плитки и т. д.. Завод нуждается в инвестициях, направленных на модернизацию и ремонт оборудования, обеспечения промышленной безопасности производства. Неправильный подход к управлению привел к тому, что предприятию не хватало денег не только на модернизацию и капитальный ремонт, но и даже на закупку основного сырья.

ТоАЗ существует с 1979 года, что может служить отличным фундаментом для начала своего бизнеса, ведь в то время об экологии мало кто задумывался. Но с течением времени меняются и ценности. Значительная часть оборудования завода находится в аварийном состоянии, а некоторые узлы, агрегаты и трубопроводы - в критическом, несущем угрозу крупных аварий.

На примере этого производства можно сделать вывод о том, что устойчивое развитие каждого из предприятий должно регулироваться на федеральном уровне, ведь безопасность касается не только сотрудников, но и жителей города, а в перспективе и будущих поколений. Исходя из вышеуказанных проблем предприятия следует указать на то, что в наше время ему всё сложнее и сложнее справляться с «новым миром», который требует вложений и инвестиций. Потребности, связанные с незаинтересованным руководством, низким уровнем заработной платы, отсутствием качественного ремонта и модернизации, требуют постановки целей, разработки планов, модернизации, закупки нового оборудования, которые помогут обеспечить безопасность на предприятии. Промышленности предстоит огромная работа, которая должна привести к минимальному воздействию на экологию нашей планеты для настоящего и будущего поколения.

#### **Список использованных источников**

1. Вишнякова, А.Б., Татарских Б.Я. Инновационно-технологические и экономические вопросы модернизации машиностроения России// Экономика и предпринимательство. – 2018. – №3 (92). – С.186-188.
2. Заступов, А.В. Комплексная оценка механизмов управления рисками в нефтедобыче// Экономика и управление собственностью. – 2013. – №2. – С.21-27.
3. Марков, Д.А. Бережливое производство и быстро реагирующее производство// Вектор экономики. – 2017. – №9. – С.30.
4. Татарских, Б.Я., Заступов А.В. Организационно-экономические инструменты совершенствования условий использования нефтяных ресурсов// Интервал. Передовые нефтегазовые технологии. – 2007. – №1. – С.63-67.

## PROBLEMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF CHEMICAL INDUSTRY ENTERPRISES

A.V. Prahova, A.B. Vishnyakova

*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education  
«Samara State University of Economics,  
Samara, Russia*

The article discusses the main problems of industrial enterprises. Attention is paid to the environmental safety of existing industries. Emphasises the need for a comprehensive modernization of existing equipment.

**Keywords:** sustainable development, industry, ecology, social responsibilities.

УДК 330.8

## ГЕНЕЗИС ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ «СОБСТВЕННОСТЬ»

Е.А. Проскурякова

*Петербургский государственный университет путей сообщения  
Императора Александра I,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Статья посвящена вопросам возникновения и развития представлений о собственности. Рассмотрены различные теории собственности в хронологическом порядке. Обращено внимание на специфику представлений о собственности у русского народа.

**Ключевые слова:** собственность, теории собственности, философия собственности.

Проблемы собственности вызывали интерес исследователей различных областей науки на протяжении многих столетий. В центре внимания оказывались прежде всего вопросы о происхождении института собственности, роли собственности в развитии человеческой цивилизации и культуры, наилучшей форме собственности и, наконец, собственность – это добро или зло?

Формирование и определение категории «собственность» уходят своими корнями в глубокую древность. Тогда же появляются и первые противоположные точки зрения во взглядах на собственность.

Платон в диалоге «Государство», рассматривая устройство идеального государства, делит людей на три сословия: ремесленников, стражей и философов. Для двух высших сословий предполагается общность имущества и быта. Никто не должен обладать никакой частной собственностью, если в том нет крайней необходимости. По мнению Платона, частная собственность разру-

шила бы единство правящей элиты и ее преданность государству, потому он запрещает ее для правителей. Позднее в диалоге «Законы» Платон отказывается от коллективной собственности философов и стражей и устанавливает для граждан единый порядок пользования имуществом. Земля является собственностью государства. Она делится на равные по плодородию участки. Каждый гражданин получает земельный надел и дом, которыми пользуется на правах владения. Все остальные виды имущества граждане могут приобретать в частную собственность, но ее размеры ограничены.

Взгляды Аристотеля на собственность развивались в прямом споре с Платоном, которому он приписывал защиту общественной собственности. Аристотель не считал, что частная собственность вредит моральному совершенству [1]. При этом понимая добродетель как золотую середину между двумя крайностями: избытком и недостатком, считал, что средний достаток лучше всего.

Развивая идеи Аристотеля, римские юристы разработали классическую для античной эпохи трактовку собственности, которая означала для них владение, пользование и распоряжение вещью, что сохранило свое значение во всех последующих правовых системах, вплоть до нашего времени.

На почве римских правовых воззрений возникли многочисленные европейские естественно-правовые теории собственности. Происхождение института собственности сводилось к тому первоначальному договору, который заключали между собой люди в естественном состоянии и в результате которого вообще возник организованный порядок – положительное право, общественная власть и государство. Историческое знание говорит: подобных договоров реально не существовало и не могло существовать. Кроме того, подобными договорами ничего объяснить нельзя: ведь чтобы договориться о том, что является «моим», а что – «твоим», нужно заведомо понимать суть собственности. И не даром сторонники естественного права и теории общественного договора, чувствуя зыбкость своей позиции, пытались отыскать помимо договора другие доправовые основы собственности [7].

Дж. Локк, например, усматривал эту основу в труде. В его книге «О государственном правлении» получила свое обоснование экономическая трактовка собственности. Собственность, по его мнению, возникает тогда, когда вещи (предметы), созданные природой и принадлежащие всем, человек соединяет со своим трудом, т.е. с тем, что принадлежит только ему. Рыба в воде – общее достояние (владение), рыба, выловленная рыбаком, – собственность рыбака. Труд человека прибавляет к вещам природы «нечто большее, чем то, что природа, общая мать всего, сотворила; и т.о., они стали его частной собственностью» [4].

Ж.-Ж. Руссо видел доправовые основы собственности в насильственном захвате, скажем, участка земли. Основателем гражданского общества, утверждал Ж.-Ж. Руссо, был «первый, кто, огородив участок земли, придумал заявить: «Это мое!» – и нашел людей достаточно простодушных, чтобы тому поверить...» [6].

В естественно-правовой теории собственности надо искать и истоки метафоры «Собственность есть кража», появившейся задолго до П.Ж. Прудона. Например, в Средние века эта мысль была высказана Гейстербахом в его го-

миллиардах: «Всякий богатый есть вор или наследник вора». Общественным идеалом французского философа Жана Мелье была единая семья-община, в которой все люди совместно владеют всеобщими благами, трудятся с удовольствием и любят друг друга как братья, собственность же в любом ее виде есть зло. О собственности как о краже говорил и деятель французской буржуазной революции Жан Пьер Бриссо.

Объяснение собственности дается Гегелем в «Философии права»: «Когда человек вкладывает свою свободу в вещь - это первый шаг к собственности, владение. Это еще только для него, а не для других. Но когда владелец хочет обменять свою вещь на другую, он должен признать владельца другой вещи имеющим полное право на нее (ведь иначе никак не получить вещь в свое полное право), а другой владелец в свою очередь должен признать такое же полное право за первым владельцем; такое взаимное признание и есть собственность» [2]. Гегель восстает против понимания, согласно которому собственность считается чем-то позорным.

В классической политической экономии XVII-XVIII вв. собственность как возможность удовлетворять человеческие потребности, была органически включена в трудовую теорию стоимости. Развивая через открытие прибавочной стоимости идеи классической политической экономии, К. Маркс на новой диалектико-материалистической основе выявил место отношений собственности в системе экономических отношений. Он отверг попытку Прудона представить отношение собственности в виде особого, отдельно существующего экономического отношения, называя ее метафизической или юридической иллюзией. Для Маркса собственность неотделима от всей совокупности экономических отношений. Определить собственность значит описать эту совокупность [5].

В современном мире отношения собственности – это, прежде всего, экономические и юридические (правовые) отношения, другими словами, экономические отношения собственности предстают в юридическом облики. Эти отношения собственности составляют структурообразующую основу системы общественных отношений и общества в целом. Поэтому отношения собственности имеют в современном мире наряду с экономическим и юридическим содержанием и социально-философскую интерпретацию.

Следует отметить, что римский индивидуализм и естественно-правовые взгляды на собственность всегда были чужды правовым представлениям народов России. Издревле в русском праве, где вместо понятия «собственность» до XVIII в. использовались понятия «владение» и «вотчина», человеку не приписывалась безусловная сила присвоения. Владение, а затем и собственность не мыслились без верховной власти, к которой массовое сознание относило Бога и государство [3].

Советская философия унаследовала традиции К. Маркса и Ф. Энгельса, вслед за представителями утопического коммунизма, бескомпромиссно отрицавших частную собственность.

В ходе социально-экономических реформ в начале 90-х годов XX в. В нашем государстве началась приватизация – форма преобразования собственности, представляющая собой процесс передачи государственной (муниципальной) собственности в частные руки.



## Список использованных источников

1. Вагимов, Э.К. Проблема социальной справедливости, равенства и неравенства людей, их нищеты и бедности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://anthropology.ru/ru/text/vagimov-ek/problema-socialnoy-spravedlivosti-ravenstva-i-neravenstva-lyudey-ih-nishchety-i>
2. Гегель, Г.В.Ф. Философия права. – Москва: Мысль, 1990. – 524 с.
3. Исупов, К., Савкин И. Русская философия собственности. XVIII-XX вв. СПб.: СП «Ганза», 1993. – С. 359-360.
4. Локк, Дж. Избранные философские произведения. М.: Издательство социально-экономической литературы. – 1960, т.2. – 532 с.
5. Маркс, К., Энгельс Ф. Соч. – Москва: Государственное издательство политической литературы. – 1955, т.4. – С. 168
6. Руссо, Ж.-Ж. Избранное. – Москва, 1993. – С. 69
7. Спиркин, А.Г. Философия. – Москва: Гардарика, 2006. – 736 с.

## GENESIS OF ECONOMIC CATEGORY «PROPERTY»

**Е.А. Proskuryakova**

*Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University,  
Saint-Petersburg, Russia*

The article is devoted to the emergence and development of ideas about property. Various theories of ownership are considered in chronological order. Attention is drawn to the specifics of the concept of property among the Russian people.

**Keywords:** property, property theories, philosophy of property.

**УДК 656.11**

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА В РОССИИ

**В.А. Пущина, С.Г. Сафонова**

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университета»,  
г. Ростов-на-Дону, России*

Статья приурочена к анализу ситуации появления и прогрессирования состояния агротуризма как самостоятельной ветви туристского бизнеса.

В последние годы во многих регионах России наблюдается активное развитие сельского туризма как одного из направлений альтернативной занятости сельского населения и развития сельской территории.

**Ключевые слова:** агротуризм, развитие, сельское хозяйство, инновации, ресурсы.

Актуальность развития сельского туризма не вызывает колебаний на сегодня. Поэтому в статье поднимаются подобные вопросы, которые соединены с формированием высококачественного развития агротуризма, что повлечет за собой развитие сельской местности и благоприятно отразится на экономике государства. Но вместе с этим существует и ряд вопросов, которые мешают многообещающему развитию агротуризма. Задачей этой статьи было выявить главные направления, в которых может развиваться сельский туризм в Российской Федерации.

Агротуризм, как правило, является различной развлекательной или образовательной деятельностью. Агротуризм имеет особо важное значение в формировании устойчивого развития села. Значительному влиянию финансовой эффективности сельского хозяйства, способствует, внедрение инновационных технологий. Развитие уровня инноваций в сельскохозяйственных технологиях имеет благоприятный характер для экономического развития села. Для того чтобы достигнуть развитие сельского хозяйства, необходимо обеспечить воспроизводство производственного потенциала, человеческих ресурсов и окружающей среды за более длительный период времени.

Происхождение слова «агротуризм» часто связывают с Италией, где в 1970-х и 1980-х годах «агротуризм» или проживание на фермах стали популярными способами познакомиться с сельской местностью. То же самое и в Англии, где почти 20 % всех ферм предоставляют ту или иную форму туризма.

В сельской местности агротуризм может способствовать образованию дополнительных рабочих мест для сельских жителей, что связано с развитием связанных с туризмом, торговли, пищевой промышленности, переработки и автомобилестроением.

Такое внедрение послужит для увеличения роста доходов сельского населения, которые приведут к тому, что местные власти будут оказывать содействие, выделяя средства на расширение инфраструктуры. В связи с этим увеличится спрос в сельской местности.

Тем временем в России от 2 июля 2021 года понятие «сельский туризм» согласно новой норме вводится в закон «Об основах туристической работе в России». Кроме того, в закон «О развитии сельхоз производства» в связи с этим также внесены корректировки, направленные на включение сельского туризма в список главных направлений, по которым производится помощь от государства в сфере развития сельского хозяйства.

Принятие закона обеспечит его государственное регулирование и государственную поддержку. Это может привести к росту выручки аграриев от сельского туризма к 2030 году до 50 миллиардов рублей, обеспечить увеличение влияние рынка в агротуризме приблизительно в 7 раз с созданием до 60 тыс. новых рабочих мест.

Но стоит отметить, что при неконтролируемом развитии сельского бизнеса может привести к экологическим и социально-экономическим проблемам, которые могут быть вызваны со слишком динамичным развитием массового агротуризма, особенно осуществляемого в ценных природных территориях.

Сельский бизнес, может существовать в различных сферах его проявления, в таких, как:

- в форме предоставления жилья в сельской местности (эко-отели и экзотические отели);
- проведения различных мастер классов;
- зоопарк, является способом для привлечения туристов;
- фермерские ярмарки, фестивали;

Принципиальным аспектом агротуризма является повышение конкурентоспособности и его оживленное развитие.

Термин «инновации» в туризме и агротуризме не является определенным или обыденным.

Обладателям агротуристических хозяйств следует вкладывать в жилищное строительство и внедрять инноваторские решения.

По всему миру туристский сектор показывает неизменный рост. Путешествия и мобильность жителей не прекращались до сильной эпидемии Covid-19. В свою очередь продуктивности некоторых европейских экспортных экономик, туризм является принципиальным источником поступлений зарубежной валюты, так как в 2019 году он принес доходы от поставок за рубеж в размере двадцать шесть процентов (Греция), 23 % (Португалия), 16 % (Испания) и восемь процентов (Франция).

В заключение необходимо подчеркнуть, что распространение новых экотуристических дестинаций с целью развития туризма, который является одним из важных секторов нашей экономики.

Вместе с этим, появившиеся в процессе реализации поэтапного развития экотуризма в государстве трудности, которые связаны с охраной природы, можно урегулировать методом реализации последующих предложений:

1. По реализации новых дестинаций будет разработан план действий по профилактике разрушения окружающей среды местными жителями.
2. Воплощение экотуризма на базе природных природоохранных комплексов приведет к увеличению продуктивности экологического образования, которое будет нацелено на урегулирование вопросов и связано с охраной природы.
3. Советы по развитию экотуризма на особо охраняемых территориях привлекут межгосударственное внимание и вложения в соответствующий регион, что сделает лучше уровень жизни местных жителей.

### **Список использованных источников**

1. Формирование инновационной модели развития предприятий АПК: теоретические основы, приоритеты и инструменты реализации: монография / О.Н. Бунчиков, С.Г. Сафонова, М.А. Холодова, М.С. Шейхова; Донской ГАУ; ФГБНУ Федеральный Ростовский аграрный центр (ФРАНЦ). – Персиановский: Донской ГАУ, 2020. – 188 с.
2. Холодова, М.А. Об обновленных формах государственной поддержки сельского хозяйства региона / М.А. Холодова, С.Г. Сафонова, М.С. Шейхова // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2019. – № 11 (109). – С. 42-50.
3. Шейхова, М.С. Продовольственная безопасность России: угрозы и возможности в условиях постпандемической реальности / М.С. Шейхова, С.Г. Са-

## PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF AGROTOURISM IN RUSSIA

V.A. Pushina, S.G. Safonova

*FSBEI HE «Don State Agrarian University»,  
Rostov-on-Don, Russia*

The article is timed to analyze the situation of the emergence and progression of the state of agritourism as an independent branch of the tourism business.

In recent years, in many regions of Russia there has been an active development of rural tourism as one of the areas of alternative employment for the rural population and the development of rural areas.

**Keywords:** agritourism, development, agriculture, innovation, resources.

УДК 658.

## УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

В.А. Пятаева

*ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ»  
Пензенский филиал,  
г. Пенза, Россия*

В данной статье рассмотрен вопрос управления финансами в условиях экономического кризиса.

**Ключевые слова:** финансы, кризис, экономика, управление.

Прежде чем начать повествование о часто обсуждаемой теме, вынесенной мною в название данной статьи, рассмотрим, сколько значений имеет термин «управление финансами».

Термин «управление финансами» имеет несколько значений. В некоторых источниках можно встретить следующее определение: управление финансами – специфическая область управленческой деятельности, связанная с целенаправленной организацией денежных потоков предприятия, формированием капитала, денежных доходов и фондов, необходимых для достижения стратегических целей развития предприятия [4, с. 35]. Другими словами, управление финансами предприятия – одна из важнейших задач, стоящих перед любым бизнесом, независимо от формы его собственности, сферы и масштабов деятельности [1, с. 30].

На сегодняшний день нет более актуальной темы, чем тема управления финансами в условиях экономической нестабильности, вызванной всемирной пандемией. Ей посвящены десятки конференций, сотни книг, множество телевизионных передач, тысячи статей. На сегодня - это самый обсуждаемый вопрос в обществе, интересующий самых разных специалистов: бизнесменов, экономистов, аудиторов, бухгалтеров, финансистов и т. д. Каждый из них понимает, что эффективное управление финансами в кризисных периодах – это залог выживания компаний и поиск новых возможностей для расширения бизнеса в будущем.

Самая продуктивная система управления финансами в обычных условиях состоит из семи блоков. На основе целей собственника и стратегии компании разрабатывают финансовый план, бюджет и последовательно их исполняют, периодически корректируя [1, с. 47]: воля собственника → стратегия бизнеса → финансовый план → бюджет → исполнение и отчетность → анализ исполнения → корректировка.

Финансовая структура во время кризиса отличается от докризисной модели управления деньгами компании. Если наступил внешний или внутренний кризис, из-за которого бизнес не может достичь поставленных целей, система управления финансами нуждается в серьезных изменениях [3, с. 526]:

- воля собственника: во время кризиса основная задача заключается не в достижении финансовых целей, а в выживании компании. Вопросы докризисной стратегии откладываются, на первый план выходят инструменты противостояния негативным экономическим факторам;

- стратегия выживания: основная задача в новых условиях – добиться, чтобы доходы компании были равны расходам, достичь точки безубыточности;

- финансовый план: кризисный период используют худший вариант пессимистического сценария, при котором прекращается поступление денег, но обязательства перед компанией остаются;

- бюджет: все статьи доходов и расходов обсуждаются с руководством, используя катастрофический сценарий. В кризисной ситуации при обсуждении бюджета финансовый директор выступает в роли модератора и фокусирует общее внимание на задачах выживания компании, предлагает меры по сокращению кассовых разрывов;

- исполнение, анализ и корректировка: информация должна без задержек отражаться в системе управленческого учета – это поможет руководителям принимать решения и быстро корректировать действия. Элементы ручного управления, когда собственник напрямую подключается к финансовым процессам, нужны не только во время кризиса, но и в период неопределенности. Тогда они становятся залогом эффективности. Ежемесячная корректировка позволит создать гибкую систему бюджетирования.

Управление финансами организации в кризисный период также связано с экономией затрат, с эффективным управлением балансом, строгим учетом задолженностей. В этот промежуток времени задача финансового оздоровления предприятия заключается в ограничении кредитной задолженности и нахождении путей решения для более быстрого погашения дебиторских платежей [2, с. 50].

Не стоит забывать о том, что в современных условиях экономической нестабильности необходимо правильно и осмысленно продумывать принципы управления финансами, кратко остановимся на них [6, с. 238]:

- ранняя диагностика кризисных явлений в финансовой деятельности организации;
- срочность реагирования на кризисные явления;
- полная реализация внутренних возможностей выхода организации из кризисного состояния.

Укажем не менее важные методы, которые позволяют учитывать, какое количество денежных средств находится у компании, во время кризиса на это стоит обращать особо пристальное внимание [5, с.105]:

- уточненный метод: он учитывает объемы продукции и реализацию в плановом периоде. Зная объем продаваемого товара за определенный период и дебиторскую задолженность (отправленный, но еще неоплаченный товар), можно посчитать, сколько поступит финансовых средств в ближайшее время;
- укрупненный метод: за основу берется статистика объема отправленного товара и средние показатели реализации за определенный период;
- экспресс-метод: это обобщенный и простой метод, дающий обобщенные результаты.

В условиях нестабильной экономики большинство компаний предпочитают реинвестировать свои финансовые ресурсы. Сейчас важно научиться управлять финансами в новых условиях: роста стоимости финансовых ресурсов и сокращения доступности денег [7, с. 125]. Популярными методами долгового финансирования потеряли свою актуальность: фондовому рынку трудно стало привлекать бизнес - ресурсы. Возможно, что последующие годы позволят выявить позитивную динамику роста прямых инвестиций.

Таким образом, все вышеперечисленные меры при управлении финансами в период экономической нестабильности относятся, в первую очередь, к предприятиям малого бизнеса, а крупные компании способны самостоятельно решать возникающие в этот период проблемы. Однако последнее слово, конечно же, остается за государством, именно оно является главным инструментом поддержки разных форм собственности в нашей стране.

### **Список использованных источников**

1. Афоничкин, А.И. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 1. Методология: учебник и практикум для вузов / А. И. Афоничкин, Л. И. Журова, Д. Г. Михаленко; под редакцией А. И. Афоничкина. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 217 с.
2. Баскакова, О.В. Экономика организаций (предприятий). – Москва: Издательский дом Дашков и К, 2019. – 315 с.
3. Бланк, И.А. Управление финансовыми ресурсами. – Москва: Омега-Л, 2019. – 768с.
4. Грузинов, В.П. Экономика предприятия: учебное пособие. – Москва: Финансы и статистика, 2017. – 208 с.
5. Крейнина, М.Н. Финансовое состояние предприятия: методы оценки. – Москва: ИКЦ «ДИС», 2017. – 224 с.
6. Никитина, Н.В. Корпоративные финансы: учебное пособие / Н.В. Никитина, В.В. Янов. – Москва: КноРус, 2017. – 512 с.

7. Никитина, Н.В. Финансы организаций / Н.В. Никитина. – Москва: Флинта, 2019. – 180 с.

## **FINANCIAL MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF THE ECONOMIC CRISIS**

**V.A. Pyataeva**

*Financial University under the Government of the Russian Federation Penza branch,  
Penza, Russia*

This article discusses the issue of financial management in the context of the economic crisis.

**Keywords:** finance, crisis, economy, management.

**УДК 621**

## **РЕСТРУКТОРИЗАЦИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

**Д.А. Рогачева, А.Б. Вишнякова**

*Самарский государственный экономический университет,  
г. Самара, Россия*

Статья посвящена проблемам управления на отечественных предприятиях машиностроительного комплекса. Выделены основные факторы ухудшения их положения на рынке. Машиностроительное предприятие рассматривается как структура. На примере нескольких предприятий отрасли показаны меры по реструктуризации. Представлены результаты этого влияния на развитие отрасли.

**Ключевые слова:** реструктуризация, машиностроение, структура, предприятие, перспектива, эффективность, управление, механизм, спрос, подразделения.

В перестройке промышленности России на новый лад необходимо начинать с реструктуризации машиностроения, так как оно выступает как основа народного хозяйства страны. Машиностроение всегда занимало главное место в экономике России. Именно это направление должно быть драйвером технологического потенциала. Но его предприятиям необходимо развивать инвестиционную деятельность, обновлять команду управленцев для повышения ее эффективности. Чтобы выжить на рынке злостной конкуренции при сильном санкционном давлении, в окружении иностранных компаний, а также в условиях кризиса нужно оптимизировать свои хозяйственные механизмы и выстраивать пер-

спективы дальнейшего развития. Итогом должно стать увеличение доли продукции отечественного машиностроения для обеспечения независимости государства от иностранных компаний [1].

Любое производство этого комплекса начинается с создания команды высококвалифицированных кадров. В практически в каждом крупном городе России есть опорные университеты, которые являются «кузницей» кадровой базы страны. К примеру, в Самарской области такими вузами являются Самарский университет и Самарский Политех. За свою большую историю эти высшие учебные заведения подготовили не один десяток тысяч инженеров и конструкторов. И конечно же, выпускники этих и других ведущих технических вузов работают на крупнейших предприятиях машиностроения. Каждое такое предприятие помимо высококвалифицированных кадров обладает еще и хорошей научной школой, которая должна давать импульс отрасли. Но все инновационные решения упираются в материально-техническую базу, которая очень медленно обновляется и не успевает за текущим техническим прогрессом. Производственные штампы устарели, условия производства обеспечены не на самом высоком уровне. Где-то все еще действуют советские принципы управления, которые уже никак не должны быть в условиях рыночной экономики [2].

В таких ситуациях перед предприятием ставится вопрос о его реструктуризации. Она представляет собой целый комплекс мероприятий, который включает в себя несколько этапов, начиная от перспективности дальнейшего развития и заканчивая модернизацией структуры организации и построением маркетинговых подходов. При реструктуризации должна измениться и система производства.

За последние несколько лет, в связи с наплывом на российский рынок иностранных производителей, отечественные производители терпят падение продаж, что естественно приводит к заполненным складам с готовой продукцией, сокращению объемов производства. Постепенно происходит вытеснение с рынка, предприятию приходится сокращать количество производственных площадей и персонала. Причем без работы остаются и ценные высококвалифицированные кадры.

В процессе реструктуризации необходимо обратить внимание на оценку перспектив отечественных машиностроителей как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Важным еще является то, что на внешнем рынке конкуренция стоит еще жестче, к тому же добавляется иное восприятие к нашей продукции у потребителей. Поэтому необходимо четко определить зарубежные рынки поставок, а также найти инвесторов, которые помогут с производством и реализацией готовой продукции. К важным факторам, которые обуславливают необходимость реструктуризации, можно отнести: падение спроса традиционных потребителей, рост цен на ресурсы, низкая конкурентоспособность, несоответствие качества заявленному, слабый маркетинг.

Стоит отметить, что каждое предприятие машиностроительного комплекса – структура, а не только лишь собственность, которая приносит доход ее собственникам. И эта структура состоит из ячеек, то есть подразделений предприятия. Структура бывает трех видов. Первый вид – технологическая (взаимосвязь всех подразделений основного производства предприятия). Ее работа заключается в выпуске профильной продукции, которая главенствует в общем объеме



производства. Второй – производственная (задача – неразрывная связка основного и вспомогательного производств, результат – выпуск продукции для других подразделений основного производства). И третий вид – общехозяйственная. Он состоит из связки всех производств от основного до непрофильного (подсобные хозяйства (производство продовольствия для персонала предприятия) и объекты социальной сферы, находящиеся на балансе предприятия (детские сады, школы, больницы, дома культуры и спортивные объекты)) [3].

Как показал опыт, в кризисный период непрофильные производства в общехозяйственной структуре становятся нерентабельными. Помимо этого, в эту же группу попадают и вспомогательные производства. Так как эти производства являются узконаправленными и специфичными, их эффективность крайне сложно оценить однозначно, потому что они не во всех случаях могут достичь товарного результата, чтобы можно было судить о минимальной достаточной эффективности.

Предприятия этого комплекса, построенные в период гигантомании, включающие в свой состав чрезмерно большие вспомогательные производства, работающие на выпуск продукции для основного производства и никого более, имеют некоторые проблемы. Если у основного производства низкая рентабельность, то постепенно снижается и загрузка вспомогательного. Увеличиваются текущие затраты и, конечно же, встает вопрос о целесообразности сохранения такого подразделения в структуре предприятия. Первый вариант сохранения: сделать дотационным и сохранить номенклатуру выпускаемой продукции. Второй – сохранить как перепрофилированное на иной вид продукции.

Проводя анализ предприятия машиностроительного комплекса как структуры, выделяются те его части (подразделения), отвечающие характеристикам, рассмотренным ранее. Мероприятия по реструктуризации помогают использовать все ресурсы предприятия на максимум при минимальных вложениях капитала, которые не сопоставимы с вложениями в неэффективное производство с большой и бесхозной структурой образца советского периода. Теперь же приведем несколько пар примеров предприятий машиностроительного комплекса и рассмотрим их проблемы.

Одним из крупнейших предприятий комплекса является АО «АвтоВАЗ» – градообразующее предприятие в Самарской области, специализирующиеся на выпуске легковых автомобилей и машинокомплектов. Бренд «LADA» сильно ослаб после кризисов 1998 и 2008 годов. Марка долгое время терпела убытки. Но с 2014 года началась масштабная перезагрузка бренда. Перед руководством стояла большая задача – вывести предприятие на прибыль. Начались меры по оптимизации производства: на заводе и его филиалах стали обновляться производственные линии, началась закупка нового оборудования для повышения качества выпускаемой продукции и сокращения затрат на выпуск одного автомобиля. Завод сократил часть персонала (тоже в угоду сокращения задолженности), но для оставшихся улучшил социальные условия. Новое руководство пригласило новых маркетологов, которые активно включились в работу по обновлению. Символ марки, ладья, претерпела внешние изменения, создан уникальный дизайн для передка автомобилей, который, по мнению дизайнеров и маркетологов, должен показать русский характер. Корпоративный стиль поменял цветовую гамму и стиль. Дилерские центры стали придерживаться этой концепции. Причем

дилерская сеть растет, в России и на экспортных рынках открываются дополнительные автосалоны. Расширяется список стран для экспортных поставок. И все это благодаря грамотному запуску моделей с новым фирменным лицом «LADA», начиная с 2015 года. Кроме этого, качественная рекламная кампания на городских просторах и телевидении, работа с потребителями в социальных сетях, предложение продукта с хорошим набором опций и характеристик за оптимальную стоимость.

Маркетологи продолжают и сейчас работать. В конце 2018 года у бренда появилась новая философия и лозунг. Учитывая отзывы покупателей, внедряются новые опции, цвета, силовые агрегаты и комплектации. Просчитывается момент, когда продажи на ту или иную модель начинают падать, и потом для нее выводятся на рынок новые версии. В итоге, к 2019 году доля марки на рынке составила 20 %, экспорт осуществляется в 34 страны, среди которых Венгрия и Германия. Завод впервые за десять лет принес прибыль около 6 млрд. рублей. Это стало показателем положительного результата реструктуризации предприятия. Были затронуты основное производство и социальная инфраструктура, также были грамотно просчитаны стратегии работы на внутреннем и внешнем рынках [4].

Еще одним примером реструктуризации предприятия является троллейбусный завод «Тролза» в Саратовской области. Это старейшее предприятие, которое на протяжении многих десятилетий занималось выпуском троллейбусов (доля рынка составляет 78 %). Но в последние годы предприятие страдало острой нехваткой оборотных средств. К тому же качество выпускаемых машин не сильно ушло от уровня 90-х годов прошлого века. Соответственно стал снижаться спрос, количество потенциальных заказчиков стало сокращаться. Города стали предпочитать закупать троллейбусы белорусского производства или переходить на более технологичные электробусы, отлично подходящие для крупных городов. Ситуация усугубилась в конце 2018 года, когда группа «Русагро» скупала долги холдинга «Солнечные продукты» – основного актива группы «Букет», куда входит и «Тролза». Вскоре после этого троллейбусному заводу уменьшили годовой лимит кредитования в банках и предприятие лишилось оборотных средств на выполнение заказов, которых у него в 2018 году было на 900 млн рублей. Начались сокращения, предприятие в 2019 году перешло в режим простоя. Но позже ситуация стала меняться, благодаря работе инвестора, который арендовал на территории завода производственные площади. Это компания «ПК Транспортные системы». Сейчас на предприятии идет процедура банкротства, и это не метод уничтожения завода, а наоборот, возможность его оздоровить после накопленных долгов (перед бюджетом задолженность 32 миллиона рублей, долги по зарплате – 10 миллионов). Но сейчас ситуация нормализовалась. Завод удалось сохранить, как и часть персонала. Бренд «Тролза» ушел в историю, но теперь новый инвестор на этих площадях выпускает свой электрический транспорт (троллейбусы нового поколения, далее планируется освоение производства трамваев), на закупку которого уже приходят заказы [5, 6].

В связи со сложным периодом перехода от плановой и рыночной экономики большинство крупнейших предприятий машиностроительного комплекса долгое время создавались без какой-либо логики рыночных отношений и современных технологических процессов из-за сложившихся укладов и руководства,

которые остались жить советской жизнью и привыкли годами ничего не менять и выпускать товар до тех пор, пока не износится оборудование в ноль. К сожалению, не все предприятия смогли выжить в тяжелые времена из-за ошибок руководства. Но не все было потеряно. Создавались производства, обладающие рыночным потенциалом вне компании: для которых легко найти местный источник снабжения и которые поэтому могут работать независимо от компании; производства с технологиями, способными использоваться во многих других областях; а также производства, способные обеспечить неудовлетворенные местные потребности, если им предоставить возможность развиваться самостоятельно. Если предприятия хотят максимально использовать все свои ресурсы и потенциал, то им нужно построить радикальный подход к реструктуризации и дальнейшему оздоровлению.

Меняя производственную структуру, нужно понимать, что целесообразно ли мероприятие или нет. Например, одним из общих признаков является исключение какого-либо подразделения или нескольких подразделений из всей структуры. Отделившиеся ячейки производства преобразовываются в независимые предприятия.

Выстраивая верный подход к реструктуризации, в дальнейшем можно будет сделать проще переход к новой экономической политике и заняться продвижением малых производств, которые вышли из состава предприятия, причем они смогут начать работу, используя уже существующие оборудование. В современных реалиях необходимо биться за каждого потребителя, чтобы он заплатил рублем именно за товар этого предприятия. Нужно реагировать на все проблемы рынка, каждое подразделение должно знать свои обязанности и ответственно относиться к их выполнению. Сейчас у российских машиностроителей есть много предпосылок для хорошего развития. На многих предприятиях сейчас есть иностранные менеджеры, которые помогают направлять работу в нужное русло, к тому же со стороны государства есть различные поддержки в виде финансирования, предоставления кредитов и государственных заказов. На некоторых производствах есть иностранные инвесторы, которым очень важно, чтобы их российские партнеры смогли закрепиться сначала на внутреннем рынке, а потом занялись освоением зарубежных [7].

### **Список использованных источников**

1. Игнатова, Е.Б. Реструктуризация машиностроительных предприятий в переходной экономике: Дис. канд. экон. наук: 08.00.05: Ростов н/Д, 1999 185 с. РГБ ОД, 61:99-8/1023-8.

2. Current Achievements, Challenges and Digital Chances of Knowledge Based Economy// Actual Problems of Industry Digitalization in Russia / A.B.Vishnyakova, D.A. Bondarenko, M.A.Agisheva, pages 431-439

3. Коноков, Д.Г., Рожков М.А., Смирнов А.О., Яниковская О.Н. Организационная структура предприятий // издание второе. – Москва: ИСАРП, 1999.

4. Статья 4R.ru «АвтоВАЗ принёс акционерам прибыль впервые за 10 лет». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://4r.ru/news/34971-avtovaz-pribyos-akcioneram-pribyl-vpervye-za-10-let/>.

5. Статья BFM.RU «Продажи упали, долги накопились». Арбитражный суд рассмотрит дело о банкротстве ЗАО «Тролза». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.bfm.ru/news/444506>.

6. Статья Бизнес Вектор «Дело о 440 миллионах: энгельсская «Тролза» проиграла государственным лизингодателям, но заплатит в разы меньше». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.business-vector.info/engelsskaya-trolza-proigrala-sud-po-isku-gosudarstvennyh-lizingodatelej-no-zaplatit-v-razy-menshe/>.

7. Научная статья «Как выйти из кризиса крупным предприятиям». [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://vasilievaa.narod.ru/15\\_4\\_98.htm](http://vasilievaa.narod.ru/15_4_98.htm).

## **RESTRUCTURING OF DOMESTIC MACHINE-BUILDING ENTERPRISES AS A MECHANISM FOR INCREASING THEIR EFFICIENCY**

**D.A. Rogacheva, A.B. Vishnyakova**

*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education  
«Samara State University of Economics,  
Samara, Russia*

The Article is devoted to the problems of management at domestic enterprises of the machine-building complex. The main factors of deterioration of their position in the market are highlighted. The machine-building enterprise is considered as a structure. The example of several companies in the industry shows the measures for restructuring. The results of this influence on the development of the industry are presented.

**Keywords:** restructuring, machine building, structure, enterprises, perspective, efficiency, management, mechanism, demand, divisions.

**УДК 330.1**

## **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ**

**А.О. Сайкина, А.С. Сёмма**

*ФГБОУ ФСПО «Ставропольский аграрный университет»,  
г. Ставрополь, Россия*

В настоящее время идет постепенное развитие и внедрение новых цифровых технологий в бухгалтерском учете. В статье описывается влияние цифровизации на бухгалтерский учет, подчеркивается популярность оцифровки и преимущества ее применения.

**Ключевые слова:** цифровизация бухгалтерского учета, бухгалтерские системы, цифровая бухгалтерия.

Для многих компаний в России цифровизация началась с бухгалтерского учета. Работа в этом направлении связана с большим объемом данных, множественностью документов и длительными операциями. Одной из первых систем автоматизации явилась программное обеспечение от компании 1С.

Для гарантии высокого качества бухгалтерского учета, автоматизированные системы должны быть надежными и простыми в использовании, несмотря на то, какие программные платформы или же затраты организация понесет за их установку [2].

Благодаря цифровизации ускорилось создание, согласование, обработка, хранение документов. Она оказывает положительный эффект как на формирование бухгалтерских данных, так и на возможности ее использования в целом (рис. 1).

В настоящее время к системам автоматизации бухгалтерского учета предъявляется множество требований: необходимость обеспечивать безошибочное выполнение расчетов; осуществлять контроль первичных документов и данных в отчетах, имеющих унифицированную форму; предоставлять возможность переноса данных из различных печатных форм; иметь возможность доступа к информации об отчетах предыдущих периодов.

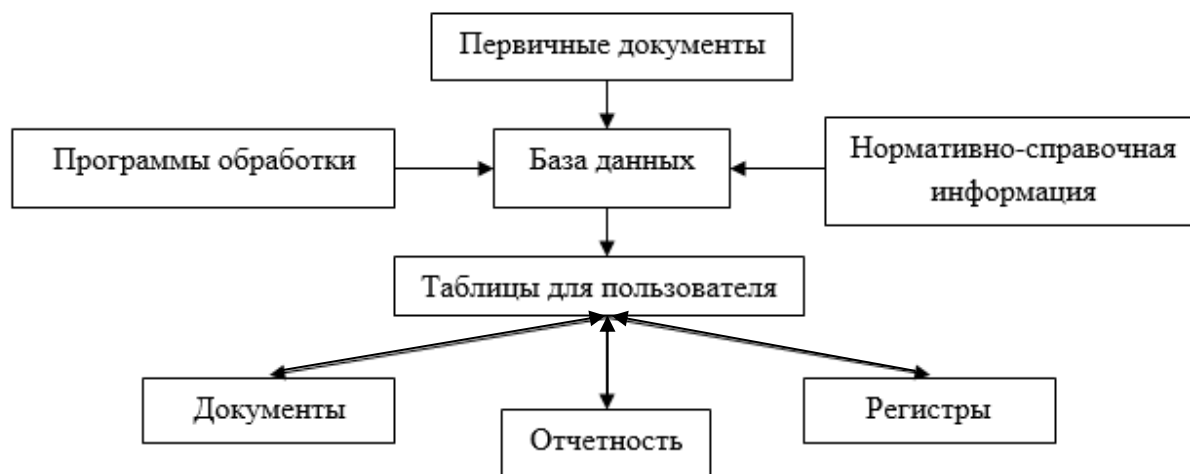


Рисунок 1 – Компоненты автоматизированной базы данных по бухгалтерскому учету

Для ведения автоматизированного учета необходимо учитывать аспекты, оказывающие влияние на перенос данных в цифровую среду.

Существует несколько факторов, оказывающих влияние на оцифровку бухгалтерского учета, а именно:

1) технология аккумулирования – заключается в сборе, хранении, а также передаче существенной информации, необходимой заинтересованным пользователям для принятия обоснованных решений;

2) методология группировки информации – в чем и заключается сущность бухгалтерского учета.

Современный бухгалтерский учет должен базироваться на совокупности специализированных бухгалтерских технологий, которые складывались в результате модернизации учетных процессов [1].

На сегодняшний день одним из лидеров на рынке автоматизации учетных процессов выступают продукты фирмы 1С.

Во-первых, 1С – чаще других используется предприятиями, абсолютно во всех российских городах. Ее актуальность порождает высокий спрос на специалистов по 1С, который по факту уже превышает предложение на рынке труда.

Во-вторых, существует множество учебно-методических материалов для изучения 1С, некоторые из которых являются бесплатными, что означает одно – организовать изучение программ 1С возможно каждому, ведь для этого достаточно компьютера или ноутбука, выхода в интернет и свободного времени для погружения в профессию специалиста.

В-третьих, знания специалиста 1С крайне обширны и могут охватывать целый ряд областей. Это и программирование, и учет, и планирование, и бюджетирование, и поддержание ИТ-структуры на предприятии, и работа контрольно-кассовой техники.

Цифровая бухгалтерия осуществляет свою деятельность без бумажных носителей во всех выше перечисленных процессах. Речь не про сканирование, а отказ от бумаги и переход к юридически значимому электронному документообороту. Нормативная база уже подготовлена для такого перехода [3].

Следует помнить, что автоматизированные системы способны брать на себя рутинные операции невысокой сложности, но есть и исключения, когда они справляются с достаточно трудоемкими функциями, например, автоматическая классификация документов и регистрация их в системе с заполнением карточек; распределение документов по папкам и выполнение по ним операций. При этом способ приема документа не имеет значения. Это формализованный или неформализованный документ от контрагента, переданный через сервис обмена или бумажный документ, пропущенный через сканер.

Цифровизация на сегодняшний день помогает облегчить работу бухгалтера. Умение обращаться с технологиями – это уже большое профессиональное преимущество, которое ценится в окружении руководителей и даже самих сотрудников в бухгалтерской сфере.

### **Список использованных источников**

1. Бабкин, А.В., Чистякова О.В. Влияние внедрения цифровых технологий на предпринимательскую деятельность компаний // Труды научно-практической конференции с международным участием «Промышленная политика в цифровой экономике: проблемы и перспективы». – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. – С. 23-33.
2. Карпова, Т.П. Направления развития бухгалтерского учета в цифровой экономике // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2018. – №3 (111). – С. 52-57.
3. Сапунова, М.А. Исследование особенностей применения программы «1С: Бухгалтерия» / Сапунова М.А. // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: Сборник научных трудов – Ставрополь: СЕКВОЙЯ, 2017. – С. 225-228.

## THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON ACCOUNTING

A. O., Saikina, A.S., Syomma

*FGBO FSPO «Stavropol Agrarian University»,  
Stavropol, Russia*

Currently, there is a gradual development and introduction of new digital technologies in accounting. The article describes the impact of digitalization on accounting, emphasizes the popularity of digitization and the advantages of its application.

**Keywords:** digitalization of accounting, accounting systems, digital accounting.

УДК 330

### УПРАВЛЕНИЕ НА ОСНОВЕ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

С.Г. Сафонова, П.М. Емельянова

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,  
п. Персиановский, Россия*

В статье рассматривается важность управления компетенциями для развития организации. Сформулированы задачи управления компетенциями. Определяются группы компетенций, состав и методы разработки модели компетенций. Указана характеристика процесса внедрения модели компетенций. Сделан вывод о том, что построение процессов управления человеческими ресурсами с помощью компетенций имеет преимущества как для организации, так и для ее сотрудников.

**Ключевые слова:** компетенции, развитие персонала, концепция стратегического управления персоналом.

Основным конкурентным преимуществом организации в рыночных условиях функционирования являются человеческие ресурсы. Подбор квалифицированного персонала и управление компетенциями становятся актуальной проблемой для менеджеров. Навыки - самый эффективный инструмент в решении проблем развития человеческих ресурсов организации.

В условиях экономического кризиса трудности, связанные с функционированием компаний, ставят перед экономикой задачу комплексного теоретического и методологического осмысления текущей ситуации. Перед лицом неопределенности и риска для руководителей бизнеса очень важно применять новые и более эффективные инструменты для управления организацией. Чтобы минимизировать ошибки управления, необходимо решать проблемы, приглашая на работу высококвалифицированных и компетентных сотрудников. Управление

компетенциями в настоящее время также можно проследить до проблем современного менеджмента, поскольку успех развития бизнеса напрямую зависит от компетентности существующего персонала [1].

Для того, чтобы навыки людей вышли на первый план и использовались с большей пользой и эффективностью, руководство организации должно иметь четкое представление о том, какой тип персонала и какая квалификация у него есть, и какие новые методы управления необходимо использовать для активации человеческих ресурсов [2].

Одним из средств антикризисного управления организацией в кризисной ситуации является концепция стратегического управления человеческими ресурсами. Эта концепция основана на грамотном кодексе политики, выборе средств и методов эффективного управления персоналом с целью повышения конкурентоспособности организации. Изменилась приоритетность проблем повышения качества продукции, повышения интенсивности науки и инновационной силы производства, повысились требования к основным характеристикам персонала, возросла важность творческого подхода к работе [2].

По мнению зарубежных ученых, компетентность является центральным понятием общей концепции управления персоналом и кадровой стратегии. При этом компетентность организации рассматривается зарубежными учеными как синергетический эффект от грамотного применения знаний, навыков и умений персонала, деловых и личностных характеристик, позволяющих сотруднику успешно действовать в реализации поставленных задач.

В отличие от зарубежных ученых, российские ученые определяют компетентность как характеристики персонала, необходимые для эффективной деятельности, и включают знания и умения без учета элементов общения, но включают в это понятие усилия и стереотипы поведения [3].

Для большинства современных организаций корпоративная осведомленность означает разработку стратегии, формулирование миссии и целей, что является важным моментом. Определение основных компетенций не является обычным явлением для менеджеров. С этой точкой зрения, возникла необходимость интегрировать эти важные управленческие задачи. Успех любого менеджера заключается в первую очередь в его лидерских ресурсах и навыках [2].

Для компаний, выходящих на рынок в условиях неопределенности и кризиса, срочно требуется создание новых, гораздо более эффективных систем управления и развития. Отношения с рынком и растущие требования к персоналу компании заставляют руководителей учиться удовлетворять свои кадровые потребности. Это означает, что они должны знать, какие знания, навыки и компетенции они могут и должны требовать от своих сотрудников [4].

Задача менеджера - не только овладеть необходимыми техническими навыками, но и уметь формировать корпоративную культуру в компании. Эта работа должна вестись последовательно и целенаправленно, с конкурентоспособными компетенциями, присущими всему коллективу единомышленников. Корпоративная культура определяет то, как люди действуют и взаимодействуют, и оказывает значительное влияние на рабочий процесс. Компетентность всей организации достигается за счет сочетания взглядов, мнений и творческих навыков сотрудников организации, что определяет развитие рабочего потенциала не только организации, но и каждого сотрудника [2].

Таким образом, компетенции – это особые ресурсы, которые требуют постоянного применения и одновременного использования во многих сферах дея-



тельности. Следовательно, учет специфики управления человеческими ресурсами должен быть ориентирован на конечные цели и способствовать решению следующих задач:

Во-первых, управление компетенциями должно быть направлено на реализацию стратегии развития компании и покрытие потребностей в персонале в количественном и качественном отношении. Для должностей со схожими полномочиями и ответственностью необходимо развивать идентичные компетенции, влияющие на производительность;

Во-вторых, в центре внимания должны быть характеристики и интересы сотрудника, условия для возможности саморазвития и самореализации [1].

Из вышесказанного можно сделать вывод, что цель внедрения компетенций - обеспечить последовательность в работе по формированию нового качества управления. С помощью компетенций вы определяете критерии, в соответствии с которыми должны оцениваться лидерские качества руководителей, и что им необходимо для дальнейшего обучения в области современного менеджмента. Эффективность их развития учитывается при создании единого кадрового резерва. Немаловажное значение имеет уровень требований, предъявляемых к потенциальным сотрудникам компании. Таким образом, управление компетенциями является средством реализации стратегических целей компании.

#### **Список использованных источников**

1. Вдовина, И.В., Доценко Е.В., Глебов В.В., Лапонов А.В. Отношение студенческого сообщества к выбору специальности и жизненных приоритетов. Научное мнение. – 2012. – № 10. – С.124.

2. Вдовина, И.В. Формирование механизма стратегического управления. Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2006. – № 3. – С. 125-127.

3. Доценко, Е.В. Особенности управления компетенциями персонала организации в рыночных условиях хозяйствования. Научное обеспечение системы повышения квалификации кадров. – 2014. – № 2 (19). – С. 71.

4. Фрумкина, Е.А. Сайт как основной инструмент конкурентной борьбы в современных условиях. Инновационные процессы современности/Сборник статей. – Уфа: РИО МЦИИ «ОМЕГА САЙНС», 2014, – 120 с.

#### **MANAGEMENT BASED ON A COMPETENCE APPROACH AS A TOOL FOR IMPLEMENTING AN ORGANIZATION'S DEVELOPMENT STRATEGY**

**S.G. Safonova, P.M. Emelyanova**

*FSBEI HE «Don State Agrarian University»,  
Persianovsky, Russia*

The article discusses the importance of competency management for the development of an organization. The tasks of competency management are formulated. The groups of competencies, the composition and methods of developing a competency model are determined. The characteristics of the process of introducing a competency model are indicated. It is concluded that the construction of human resource manage-

ment processes using competencies has advantages for both the organization and its employees.

**Key words:** competencies, personnel development, the concept of strategic personnel management.

УДК 330

## ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ОСОБЕННОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ ЭКОНОМИКИ

С.Г. Сафонова, Е.А. Бреусова, А.Н. Ардельян

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,  
п. Персиановский, Россия*

В статье представлены общие методологические принципы организации инвестирования в компании. Выделены основные задачи организации и этапы управления инвестиционной деятельностью, а также проблемы эффективного использования инвестиционных средств.

**Ключевые слова:** инвестиции, организация, этапы, управление, предприятие, обоснование, оценка, оптимизация.

В современной динамично меняющейся экономике поступательные изменения во многом определяются темпами развития и увеличением делового потенциала. Одна из самых важных и актуальных проблем, с которыми сейчас сталкиваются компании, – это проблема привлечения инвестиций.

Региональная инвестиционная активность важна для стабильного развития национальной экономики и в значительной степени определяет её конкурентоспособность на современном мировом рынке.

Качество выпускаемой продукции напрямую зависит от развития технологий, постоянного технического перевооружения и обновления производства. В свою очередь, развитие средств производства определяется объемом инвестиций в промышленность и объемом их притока. Обеспечение конкурентоспособности промышленности – важная государственная задача, поскольку стабильность экономической системы страны и благосостояние ее граждан определяются объемом производимой и реализуемой продукции [1].

Инвестиции – серия долгосрочных затрат финансовых, человеческих и материальных ресурсов на увеличение активов и прибыли. В Законе Российской Федерации «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации в форме капитальных вложений» от 25 февраля 1999 г. № 39-ФЗ дается следующее определение вложений: «...инвестиции – денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, инвестируются в объекты предпринимательской или иной деятельности с целью получения прибыли или другого полезного эффекта [3].

В зависимости от объекта, инвестиции делятся на реальные и финансовые активы:

Реальные вложения - это вложения в воспроизводство основных средств, в увеличение товарно-материальных запасов компании (основных средств).

Финансовые вложения - это вложения в покупку ценных бумаг (включая акции), на банковских счетах, в акции и участие в увеличении финансового капитала инвестора.

В инвестиционных целях различают прямые и портфельные инвестиции. Прямые инвестиции – это вложения в уставный капитал компании с целью обеспечения прямого контроля и управления объектом инвестирования. Они нацелены на расширение сферы влияния, обеспечение будущих финансовых интересов, а не только на получение дохода.

Портфельные инвестиции – это средства, которые вкладываются в экономические активы с целью получения дохода (в виде увеличения рыночной стоимости инвестиций, дивидендов, процентов и других денежных выплат) и диверсификации рисков [4].

По репродуктивной направленности инвестиции делятся на валовые, реновационные и чистые. Валовые инвестиции описывают общую сумму капитала, вложенного в воспроизводство основных средств и нематериальных активов за определенный период времени. Часть валовых инвестиций, вложенных в расширенное воспроизводство, составляет чистые инвестиции, другая часть, которая идет на реализацию простого производства, называется реновационными инвестициями. В количественном выражении реновационные инвестиции обычно приравниваются к сумме амортизации компании за определенный период времени [2].

Инвестиционная деятельность компании – это целенаправленный процесс реализации всего инвестиционного цикла, от поиска, выбора и использования источников инвестирования и формирования инвестиционных фондов до создания и выбора наиболее эффективных направлений (объектов) инвестирования и завершения реализации всего комплекса инвестиционных проектов, предусмотренных инвестиционной программой, и их получение на основе полного объема экономических или иных эффектов, ожидаемых от проектов.

Основная цель организованной в компании инвестиционной деятельности – предоставить реальную возможность для реализации инновационного процесса и максимизировать рыночную стоимость компании.

Первая задача, решение которой достигается путем организации инвестиционной деятельности в компании, – это составление полностью обоснованной инвестиционной программы.

Вторая задача, суть которой заключается в определении объема потребностей в инвестиционных ресурсах, необходимых для реализации утвержденной инвестиционной программы компании в заданный период планирования.

Третья задача – найти заранее оговоренную оборачиваемость источников вложения средств, благодаря которой потребность в них будет удовлетворена.

Инвестиционная политика компании является неотъемлемой частью общей экономической стратегии, которая определяет выбор и реализацию наиболее рациональных способов обновления и расширения ее производственного и научно-технического потенциала.

При разработке инвестиционной политики рекомендуется определить общий объем инвестиций, возможности рационального использования собственных средств и возможность получения дополнительных средств на финансовом рынке и оценить их эффективность исходя из срока окупаемости вложений, ко-

торый определяется на основании данных бизнес–плана и предварительных расчетов для обоснования инвестиционных проектов [2].

Инвестиции важны, потому что обычно расширение производственных мощностей связано со значительными затратами, и до того, как будут потрачены большие суммы денег, требуется хорошо составленный инвестиционный план, поскольку бесплатное финансирование не всегда доступно в больших количествах.

Компании, желающей сделать более крупные капитальные вложения, может потребоваться упорядочить финансирование на несколько лет вперед, чтобы гарантировать, что средства, необходимые для развития, доступны в нужное время [1].

При инвестировании важен фактор риска. Инвестиции всегда связаны с иммобилизацией финансовых ресурсов компании и обычно осуществляются в условиях неопределенности, степень которой может широко варьироваться.

Компании инвестируют, потому что новый капитал позволяет им увеличивать свою прибыль. При инвестировании компания должна решить, превышает ли увеличение окупаемости инвестиций за определенный период стоимость затрат.

Таким образом, на основе вышеизложенного материала можно сделать вывод, что выбор тех или иных направлений и способов повышения эффективности капитальных вложений зависит от специфики компании и конкретных условий.

Инвестиционному планированию должен предшествовать детальный анализ его экономической обоснованности с учетом процессов риска и инфляции.

#### **Список использованных источников**

1. Виленский, П.Л., Лившиц В.Н., Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика. – Москва: Дело, 3-е изд., 2013.
2. Инвестиционная политика: учебное пособие / Ю.Н. Лапыгин, А.А. Балакирев, Е.В. Бобкова и др.; по ред. Ю.Н. Лапыгина. – Москва: КНОРУС, 2014.
3. Инвестиции: учебное пособие/ Л.Л. Игониная; под ред. д-ра экон. наук проф. В.А. Слепова. – Москва: Магистр 2013.
4. Колмыкова, Т.С. Инвестиционный анализ: учебное пособие. – Москва: Инфра-М, 2015. – 204 с.

#### **INVESTMENT ACTIVITIES OF THE ORGANIZATION: THEORETICAL ASPECTS AND FEATURES AT THE MODERN STAGE OF THE ECONOMY**

**S.G. Safonova, E.A. Breusova, A.N. Ardelyan**

*FSBEI HE «Don State Agrarian University»  
Persianovskiy, Russia*

The article presents the general methodological principles of organizing investment in a company. The main tasks of the organization and stages of investment management, as well as the problems of effective use of investment funds are highlighted.

**Key words:** investments, organization, stages, management, enterprise, justification, evaluation, optimization.

## ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ ЦИФРОВОЙ ВАЛЮТЫ В РОССИИ

С.Г. Сафонова, В.В. Корзюкова

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,  
п. Персиановский, Россия*

В статье рассматриваются перспективы внедрения новой формы денег в российскую экономику в контексте цифровизации общества. Оцениваются преимущества и недостатки цифрового рубля, а также его влияние на денежно-кредитную политику и финансовую стабильность.

**Ключевые слова:** цифровая экономика, цифровизация, цифровая валюта, деньги, банковская система.

Технологические инновации играют ключевую роль в развитии финансового сектора с быстрым ростом, эффективностью и т. д. Цифровизация экономики дает толчок к созданию новых, передовых методов оплаты. В 2020 году спрос на безналичные платежи составил 70 % всех розничных транзакций, и меры по борьбе с COVID-19 также являются важным фактором роста безналичных платежей, поэтому создание цифровой валюты в России и ее конвертация продолжается, что является актуальностью на данный момент [4].

Цифровой рубль – это дополнительная форма национальной валюты в России, которая выпускается в цифровой форме центральным банком. Эта форма национальной валюты сочетает в себе свойства наличных и безналичных денег. Начиная с метода безналичной оплаты – онлайн и удаленный счет и наличными – возможность платить в данный момент без подключения к Интернету. Связывание разных форм рубля делает цифровые деньги более практичными и удобными.

Деньги меняют свою форму, но остаются прежними, не меняют своих функций, в том числе: мера стоимости, средства платежа и средства накопления. Цифровые деньги доступны всем экономическим субъектам для выполнения всех типов транзакций.

Функциональные модели цифрового рубля могут быть представлены в одноуровневой и двухуровневой версии. Одноуровневый вариант предполагает, что хозяйствующие субъекты открывают электронные кошельки, в которых хранятся цифровые деньги, в центральном банке, который напрямую участвует в выполнении операций с наличными деньгами с клиентами без посредничества коммерческих банков. Преимущество этой модели состоит в том, что она сводит к минимуму зависимость инфраструктуры коммерческого банка от экономических агентов. К недостаткам можно отнести перегрузку ядра платежной системы Банка России [2].

В случае двухуровневой модели цифрового рубля распределение и обслуживание хозяйствующих субъектов коммерческими банками будет типичным, а выпуск этой валюты является задачей Центрального банка Российской Федерации. Этот вариант наиболее точно отражает существующую в стране банков-

скую структуру, которая связывает Банк России и коммерческие банки. Это позволит поддерживать конкуренцию между финансовыми посредниками в борьбе за клиента за счет разработки удобного интерфейса, повышения качества обслуживания и надежности работы, что в совокупности увеличивает эффективность этой системы.

Необходимость введения цифрового рубля повысит скорость работы и обеспечит безопасность эксплуатации. При этом ожидается снижение стоимости переводов и затрат на платежные услуги. Внедрение цифровых денег поможет уменьшить количество наличных денег в штате, что приведет к сокращению подделок наличных денег. Кроме того, экономические субъекты будут защищены от потери средств на счетах коммерческих банков в результате банкротств в случае внедрения одноуровневой модели цифрового рубля.

Недостатком этой валюты может быть: отсутствие безопасности для этой формы валюты; высокая волатильность, т.е. колебания цен, а также возможность использования цифровой валюты в незаконных целях. В результате цифровой рубль должен быть защищен, а транзакции должны контролироваться налоговыми органами.

Банк России оценивает эффективность внедрения цифровых денег и изучает опыт других стран в области разработки и использования цифровых валют [3].

Функция цифровой валюты как платежного средства поможет перераспределить часть денег в обращении в цифровой форме. Это может привести к изменениям в структуре балансов ликвидности банков и заменить избыток ликвидности, который существовал в последние годы, дефицитом. Это может привести к оттоку средств в коммерческих банках и, как следствие, к увеличению ставок по депозитам, снижению кредитоспособности банков и замедлению экономического роста [1].

Перераспределение денег в цифровой форме также может повлиять на трансмиссионный механизм денежно-кредитной политики страны. Таким образом, введение новой формы денег должно быть постепенным, с учетом всех макроэкономических показателей и экономической ситуации в стране.

Чтобы прогнозировать объем транзакций в соответствии со спросом, банкам следует создать систему конвертации из одной валюты в другую, то есть заранее уведомить банк о сумме, превышающей установленный лимит.

Цифровой рубль не относится к криптовалютам, так как это фиатная валюта, то есть стабильность функционирования, которая является обязанностью Банка России.

Таким образом, введение и развитие дополнительной валюты может способствовать повышению надежности и стабильности российской платежной системы в сумме с развитием уровня информационных технологий, но требуется детальная оценка этого процесса, что также может ослабить экономику.

#### **Список использованных источников**

1. Гоманова, Т.К. Актуальность развития банковской инфраструктуры в условиях модернизации экономики [Текст] / Т. К. Гоманова / Банковские систе-

мы и финансовые рынки в условиях экономической асимметрии экономики: сб. науч. тр. / НГУЭУ. – Новосибирск, 2014. – С. 182-185.

2. Гоманова, Т.К., Гришанова А.В. Особенности формирования цифровой инфраструктуры финансового рынка для обеспечения деятельности малого и среднего бизнеса [Текст] / Т.К. Гоманова, А.В. Гришанова / Вопросы управления: сб. науч. тр. / РАНХиГС. – Екатеринбург, 2020. – Вып. 2 – С. 62-72.

3. Гоманова, Т.К. Банковская инфраструктура как критерий адекватного развития банковской системы [Текст] / Т. К. Гоманова / Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки: сб. науч. тр. / СИУ РАНХиГС. – Новосибирск, 2014. Вып. 4 – С. 339-342.

4. Днепров, М.Ю., Михайлюк О. В. Цифровая экономика как новая экономическая категория [Текст] / М. Ю. Днепров, О. В. Михайлюк / Вопросы инновационной экономики: сб. науч. тр. / ПГУ. – Пятигорск, 2019. Вып. 4. – С. 1279-1294.

## **PROSPECTS FOR THE CREATION OF DIGITAL CURRENCY IN RUSSIA**

**S.G. Safonova, V.V. Korzyukova**

*FSBEI HE «Don State Agrarian University»,  
Persianovsky, Russia*

The article examines the prospects for introducing a new form of money into the Russian economy in the context of the digitalization of society. The advantages and disadvantages of the digital ruble are evaluated, as well as its impact on monetary policy and financial stability.

**Key words:** digital economy, digitalization, digital currency, money, banking system.

**УДК 330**

## **КРИПТОВАЛЮТА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: ЕЁ ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ**

**С.Г. Сафонова, А.В. Борботько**

*ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,  
п. Персиановский, Россия*

В статье рассматривается появление криптовалюты на финансовом рынке, её отличие от настоящих денег, виды и курс. Также излагаются способы выпуска цифровых денег и их особенности.

**Ключевые слова:** биткоин, криптовалюта, Республика Крым.

Актуальность криптовалюты в ближайшем будущем будет востребовано. Ведь в 21 веке вопрос про анонимность денежных оборотов является важным у многих инвесторов и бизнесменов. Банковские карты и счета мгновенно отслеживаются разными государственными службами, а много налички не спрячешь.

Криптовалюта – разновидность цифровой валюты, учет внутренних расчётных единиц которой обеспечивает децентрализованная платёжная система (нет внутреннего или внешнего администратора, или какого-либо его аналога). Она является своеобразным математическим кодом. Ее название пошло от определенного обращения цифровых денег, при котором используются характерные криптографические элементы, в большинстве случаев, таким элементом является электронная подпись.

В этой системе единицей измерения принято считать «коины» (буквально – «монеты»). У криптовалюты нет реального выражения как, например, у металлических или бумажных денег. Эта валюта существует лишь в цифровом виде.

Важной чертой отличия между крипто деньгами и настоящими деньгами есть то, что крипто деньги могут возникать в электронном пространстве. Исходя из этого, реальные денежные средства необходимо сначала положить на определенный счет или электронный кошелек, а крипто валютные платежные средства появляются сразу в электронном виде.

Среди способов «выпуск» цифровых денег можно выделить такие: ICO (первичное размещение внешней монет, и майнинг (платформ для создания новых крипто денег), и форжинг (образование новых блоков в уже имеющихся криптовалютах). То есть криптовалюта возникает буквально «из интернета».

Следующая особенность криптовалюты, в сравнении с обычной, состоит в децентрализации выпуска. Создание электронной валюты – это генерирование математического кода с последующей электронной подписью.

Эмитировать реальные деньги вправе Центробанк, а вот выпускать крипто деньги может любой человек. Для того чтобы совершать операции при помощи криптовалюты, не нужно контактировать ни с какими сторонними организациями (банками).

Платежи при помощи цифровых денег осуществляются ровно так же, как и обычные электронные переводы по системе безналичного расчета. Исключения составляют разве что биржи, посредством которых крипто деньги можно монетизировать, то есть перевести в обычные платежные средства.

Самые популярные виды криптовалют сумели завоевать доверие пользователей и доказать свою надежность.

Среди них выделяют: Bitcoin, Ripple, Ethereum, Monero.

Bitcoin – это пиринговая платёжная система, использующая одноимённую единицу для учёта операций. Для обеспечения функционирования и защиты системы используются криптографические методы, но при этом вся информация о транзакциях между адресами системы доступна в открытом виде [1]. Эта валюта – одна из первых форм криптовалюты, которую Вей Дай впервые описал в информационном бюллетене электронной почты киберпанка в 1998 году. Она предлагает идею новой формы денег, в которой выпуски и транзакции контролируются с помощью криптографии вместо центрального правительственного агентства.



Ethereum также известен под названием «Эфир», является децентрализованной валютой для разработчиков приложений. Если основой биткоина являются хэш-суммы, то в ЕТН учитывается непосредственно программный код каждой программы, написанной на специальной платформе. Создателем является российский программист Виталик Бутерин.

Ripple кардинально отличается от описанных выше криптовалют. Несмотря на свою централизованность, одноименная компания разработчик тесно сотрудничает с банками по всему миру, предоставляя пользователям возможность осуществлять моментальные переводы с минимальной комиссией. Стоимость данной криптовалюты напрямую зависит от того, насколько часто ей пользуются, и чем больше обменных операций производится, тем больше цена за одну монету.

Monero отличается от всех криптовалют, в первую очередь, полностью уникальным кодом и алгоритмом CryptoNote, который позволяет добиться более высокими показателями анонимности, чем в том же BTC и его форков.

Ниже приведена таблица курса различных криптовалют на период с 2018 по текущую дату.

Таблица 1 – Курс криптовалют Bitcoin, Ethereum, Ripple, Monero в \$ [2]

	28 ноября 2018	28 ноября 2019	28 ноября 2020	28 ноября 2021
Bitcoin	4340	9900	17600	54400
Ethereum	202	155	540	4093
Ripple	0,378	0,352	0,666	0,940
Monero	4000	3500	9200	17400

Исходя из данных таблицы можно сделать вывод, что рынок криптовалют растет, и является перспективным для инвестирования.

Среди регионов Российской Федерации наиболее остро вопрос криптовалют стоит в Республике Крым. По мнению экспертов, Крымский полуостров нуждается в создании рынка криптовалют. В настоящее время специалисты ассоциации РАКИБ изобретают проект программы развития данного региона, в основе которого лежит блокчейн и искусственный интеллект. Данная программа будет включать в себя механизм проведения ICO, а также негосударственные и государственные услуги [3].

Криптовалюта может стать способом ухода от расчета американским долларом. Создание крипто валютного инвестиционного фонда в Крыму, поможет аккумулировать крипто валютные ресурсы, а также переводить их в обычные деньги и использовать их в дальнейшем для реализации инвестиционных проектов на полу острове. Также это решит проблемы с банковским сектором.

На территории Крыма функционирует малое количество банков. Кроме того, в регионе из-за санкций имеются экономические ограничения. Криптовалюты дали бы возможность населению региона обойти различные запреты. Криптовалюта бы не только решила проблему с переводом средств в другие государства, но также помогла бы нормализовать ситуацию с банковской системой Крыма. Транзакции через криптовалюты анонимны, благодаря этому зарубежные компании смогли бы инвестировать в крымские проекты без угроз санкций.

Эксперты высказывали предположения, что с поддержкой криптовалют иностранцы имели бы возможность расплачиваться на территории Крыма. У большинства из них денежные средства находятся в банках, закрытых для Республики, поэтому новый способ помог бы решить эту проблему [4].

В настоящий момент при комитете Государственной думы по финансовому рынку сформирован особый совет экспертов, который состоит более чем из ста специалистов. Предметом их деятельности является законодательное обеспечение развития финансовых технологий. Предложение заняться развитием криптовалют в Крыму на сегодняшний день находится только на стадии обсуждения.

#### **Список использованных источников**

1. Биткойн [Электронный ресурс] URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ %D0 %91 %D0 %B8 %D1 %82 %D0 %BA %D0 %BE %D0 %B9 %D0 %BD](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D1%82%D0%BA%D0%BE%D0%B9%D0%BD).

2. Курсы криптовалют на сегодня [Электронный ресурс] URL: <https://myfin.by/crypto-rates>.

3. Президент Ракиб представил проекты для программы «цифровой крым» [Электронный ресурс] URL: [https://racib.com/prezident-rakib-predstavil-proektyi-dlya-programmyi- %C2 %ABczifrovoj-kryim %C2 %BB](https://racib.com/prezident-rakib-predstavil-proektyi-dlya-programmyi-%C2%ABczifrovoj-kryim%C2%BB).

4. Крымские криптовалюта и блокчейн могут стать образцом для регионов [Электронный ресурс]: URL: <https://regnum.ru/news/economy/2406498.html>.

### **CRYPTOCURRENCY IN THE MODERN WORLD: ITS FEATURES AND PROBLEMS OF USE**

**S.G. Safonova, A.V. Borbotko**

*FSBEI HE «Don State Agrarian University»,  
Persianovsky, Russia*

The article discusses the appearance of cryptocurrencies in the financial market, its difference from real money, types and rate. As well as the implementation of ways to circumvent the sanctions imposed on the Republic of Crimea.

**Keywords:** bitcoin, cryptocurrency, Republic of Crimea.

## СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

А.И. Сахбиева

*Институт управления, экономики и финансов, Казанский (Приволжский)  
федеральный университет,  
г. Казань, Россия*

Пандемия внесла изменения в потребительское поведение людей, что в свою очередь влияет на экономики страны в целом. Наблюдается тенденция роста на товары первой необходимости, в частности, на продукты питания, продукты гигиены и чистящих средств, так как они связаны с предотвращением вируса. Способы продажи также претерпевают значительные изменения, например, такие виды продаж как онлайн, на вынос, с курьерской доставкой дают возможность продолжать осуществлять работу бизнеса даже в условиях самоизоляции покупателей. Целью статьи является рассмотрение основных современных трендов потребительских предпочтений в условиях пандемии, а также выявить направления изменения потребительских привычек в будущем. Понимание этих тенденций может иметь фундаментальное значение для увеличения устойчивости российского бизнеса в контексте возможных вызовов и готовности к чрезвычайным ситуациям подобного рода. С другой стороны, покупателям будет гораздо легче приспособиться к новым реалиям, если в непредвиденных обстоятельствах потребительские предпочтения будут удовлетворены без дефицита необходимых товаров с сохранением прежнего уровня благополучия и позитивного мироощущения.

Ключевые слова: потребительские предпочтения, потребительское поведение, покупательский спрос, пандемия, онлайн-торговля, цифровизация, цифровая экономика.

Экономическое поведение покупателей характеризуется желанием наиболее полного удовлетворения потребностей, имеющихся на данный момент времени. Понятие «потребность» подразумевает состояние недостаточной удовлетворенности, из которого потребитель хочет выйти в равновесное состояние. [1] Потребительское поведение разливается по видам потребляемых благ и степени насыщенности (интенсивности), на основании чего можно наблюдать некую иерархию потребностей человека. Отсюда возникает понятие «мера потребности», под которой экономисты понимают количество определенного блага, которое способно полностью или частично удовлетворить потребность. [2]

На основании данной иерархии потребностей и по мере потребления блага, формируется шкала предпочтений, которая является упорядоченной совокупностью благ, необходимых для индивидуума как части экономической системы на микро-уровне. [3] Товары и услуги для индивида можно проранжировать по тому, насколько эффективны они в потреблении.

Согласно исследованию, проведенному компанией «Делойт», пандемия коронавируса остается ключевым фактором, влияющим на потребительское по-

ведение россиян. Вероятность возвращения покупателей к прежней допандемийной модели потребления не высока. Главный тренд – активный рост сегмента онлайн-торговли, который продолжает расти в 2021 году. Планы россиян в области интернет покупок выросли на 6 % по сравнению с 2020 годом, что говорит о том, что есть тенденция покупать больше онлайн. Более того, растет доля россиян, которых интересует возможность покупки онлайн алкоголя и табачной продукции с 44 % в 2019 до 54 % в 2021 году [4].

В контексте данной тенденции, предприятия должны максимально быстро переходить на цифровые технологии, чтобы удовлетворять потребности покупателей. Им также следует управлять рисками в условиях чрезвычайной ситуации и упростить путь от производства до конечного потребителя.

Следующим трендом является то, что в 2021 году доля россиян, покупающих продукты онлайн выросла на 9 %, а самыми привлекательными товарами для покупки в интернете стали детские товары, бытовая техника и готовая еда. Особенностью данного тренда является то, что доля женщин, покупающих в интернете товары с целью экономии времени больше, чем мужчин, а покупатели с высоким уровнем доходов готовы совершать онлайн-покупки чаще, чем люди с низким и средним уровнем доходов.

Компаниям необходимо лучше понимать предпочтения своего целевого сегмента покупателей, чтобы персонализировать не только каналы продвижения и общения, но и сами товары и услуги, что будет ключевым моментом к максимизации удовлетворения потребностей.

Еще одним характерным трендом является то, что потребители стали чаще приобретать товары «про запас». Так, согласно исследованию компании «Делойт» в 2021 году 60 % россиян приобретали товаров больше, чем могли употребить сразу, откладывая их «про запас». В этой категории товаров чаще всего приобретались продукты питания длительного хранения, одежду, обувь, косметику, детские товары, алкогольную продукцию [4]. Подобная особенность потребительского поведения может быть связана с тем, что покупатель испытывает чувство тревоги по отношению к необходимому ему благу, и приобретает товары впрок.

Компании должны демонстрировать приверженность обеспечить потребительскую безопасность в отношении того, что товар будет доступен в достаточном количестве и по доступной цене. Это укрепить лояльность покупателя бренду, который даже в условиях чрезвычайной ситуации может проявлять стабильность.

Одним из наиболее ярких трендов последних двух лет является снижение популярности торговых центров. Так, в 2019 году почти половина россиян (48 %) предпочитали совершать покупки в торговых центрах, тогда как в 2021 году эту торговую площадку выбирает только 20 %. В этом случае пандемия оказала непосредственное влияние на покупательское поведение россиян, так как принятые в большинстве регионов меры по профилактике коронавирусной инфекции ограничили доступ потребителей в торговые центры. На сокращение оффлайн-торговли также повлиял переход части людей на дистанционный удаленный формат работы, так как в таком случае они предпочитают совершать покупки из дома чаще, чем если бы они ездили на работу в офис.

Компаниям, занимающимся продажей товаров онлайн следует также озаботиться увеличением возможных способов доставки товаров покупателям. Возможности и варианты доставки товаров развиваются также быстро, как и спрос на интернет-покупки. Например, доля россиян, которые пользуются сервисом доставки готовой еды увеличилась в два раза в 2021 году по сравнению с 2019 годом.

Тренд на осознанное потребление и экологичность товаров все больше влияет на потребительское поведение россиян. Покупатели все больше задумываются об окружающей среде, а также выражают готовность покупать экологически чистые продукты даже по более высокой цене.

Компании, которые перепрофилируют свое производство с учетом растущего сегмента покупателей, отдающих предпочтение экологичным товарам, получают конкурентное преимущество и увеличение своей доли рынка, а также даст возможность избежать исключительно ценовых методов в конкурентной борьбе.

Таким образом, исследование тенденций потребительского поведения россиян может дать компаниям приоритетные преимущества в борьбе за покупательские предпочтения и удержать стабильный спрос на товары условиях различных угроз безопасному потреблению в современном обществе.

#### **Список использованных источников**

1. Махмудова, Г.Р., Исмаилова Г.Н., Сафиуллин Л.Н. Становление и развитие теории потребительского поведения в условиях неполной информации. В сборнике: Экономика в меняющемся мире. IV Всероссийский экономический форум: сборник научных трудов. Казань. – 2020. – С. 139-143.

2. Сахбиева, А.И. Влияние цифровых технологий на структурные изменения в экономике и потребительские предпочтения. Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 1 (126). – С. 333-338.

3. Нуреева, Р.Р., Сафиуллин Л.Н. Цифровая трансформация в современной России и в мировом опыте. Научные труды Центра перспективных экономических исследований. – 2019. – № 16. – С. 161-168.

4. Потребительский сектор России. Исследовательский центр компаний «Делойт». Москва. 2021 <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/consumer-business/cbt-2021-en.pdf>.

#### **MODERN CONSUMER PREFERENCES TRENDS IN THE CONDITIONS OF THE PANDEMIC**

**A.I. Sakhbieva**

*Institute of Management, Economics and Finance, Kazan (Volga Region)  
Federal University,  
Kazan, Russia*

The pandemic has made changes in the consumer behavior of people, which in turn affects the country's economy as a whole. There is an upward trend in essential goods such as food, hygiene and cleaning products, as they are associated with the

prevention of the virus. Sales methods are also undergoing significant changes, for example, such types of sales as online, take-out, with courier delivery make it possible to continue to operate a business even in conditions of self-isolation of buyers. The purpose of the article is to consider the main modern trends in consumer preferences in a pandemic, as well as to identify the directions of changes in consumer habits in the future. Understanding these trends can be fundamental to increasing the resilience of Russian business in the context of potential challenges and preparedness for such emergencies. On the other hand, it will be much easier for buyers to adapt to new realities if, in unforeseen circumstances, consumer preferences are satisfied without a shortage of necessary goods, while maintaining the same level of well-being and a positive attitude.

**Keywords:** consumer preferences, consumer behavior, consumer demand, pandemic, online commerce, digitalization, digital economy.

**УДК 330.1**

## **АВТОМАТИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА**

**К.А. Сикало**

*Ставропольский государственный аграрный университет,  
г. Ставрополь, Россия*

Все аспекты финансово-хозяйственной деятельности организации отражаются в бухгалтерском учете. Он становится информационной базой, благодаря чему управление организации может более эффективно принимать решения, связанные с дальнейшим развитием предприятия. Стоит также учесть, что бухгалтерский учет необходим также для того, чтобы сторонние организации, государственные регулирующие органы, акционеры, инвесторы и многие другие юридические и физические лица могли оценить деятельность организации, ее рентабельность и платежеспособность.

**Ключевые слова:** автоматизация, бухгалтерский учет, современные технологии ведения учета, бухгалтерские программы.

Тема статьи актуальна, поскольку автоматизация в бухгалтерском учете организации считается одной из важнейших задач на данный момент.

Отлаженный бухгалтерский учет – важнейшая часть любого предприятия. Информационные технологии помогают не только решить многие проблемы, связанные с удобством в различных процессах производства, но и дают возможность сохранить рентабельность на современном и нестабильном рынке.

Не стоит забывать о том, что введение все более современных технологий ведения бухгалтерского учета стоит делать постепенно, так как большинству сотрудников бухгалтерии на предприятиях стоит привыкать к ним поэтапно.

Для того, чтобы автоматизация бухгалтерского учета стала эффективной, необходимо понять, что она не решает полностью все проблемы трудоемкости в бухгалтерском учете, но все же исключает часть кропотливой работы с документами.

Если руководство компании не заинтересовано в повышении качества бухгалтерского учета, автоматизация этого процесса останется очень затратным. Обучение и освоение работниками бухгалтерии и финансовых служб организации новым и автоматизированным технологиям будет очень полезной. Ведь таким образом весь финансовый процесс будет более точен, сотрудники будут совершать меньше ошибок, что, соответственно, с лучшей стороны скажется на компании.

Архаичный учет, который к 2021 году почему-то называют традиционным, все еще можно встретить в небольших организациях. Чаще всего это случается в компаниях, которые начали свою деятельность очень давно. Такой учет представляет собой большое количество рутинной работы, невероятное число бумажных документов, бланков. Присутствует также постоянная суетливость перед выплатой заработной платы работникам и формирование ежемесячных отчетов. Единственная ошибка в каком-нибудь из бланков может привести к лишней трате времени, сил и нервов [1].

Бухгалтерская компьютерная программа позволяет оперативно и без ошибок управлять финансовыми делами предприятия. Автоматизация бухгалтерского учета, конечно, не сможет позволить полностью исключить и сделать возможность ведения бухгалтерии полностью без работников, но как минимум избавит от персонала, который особо не нужен, тем самым сократит траты организации на заработную плату. Также стоит отнести к преимуществу то, что глава компании, менеджер и другие руководящие лица смогут получать лично в любой промежуток времени финансовые отчеты и анализировать их и рассчитать дальнейший план развития.

Согласно исследованию Фонда развития цифровой экономики, в Российской Федерации используется более 200 видов бухгалтерского программного обеспечения, такие как например 1С, ПАРУС, СБИС, КонтурБухгалтерия и другие. Значительную часть из них составляют простые программы отраслевых программистов и программы иностранных компаний, которые плохо адаптируются к реалиям переходной экономики и нестабильному законодательству, регулирующие финансовые и фискальные аспекты.

Профессиональное управление бизнесом крайне тяжело, отчасти даже невозможно без современного программного обеспечения для бухгалтерского учета и без работников, знающих как им пользоваться. Опытные менеджеры понимают, что не используя личный контроль финансовой информации нельзя принять важное решение. Систематически обрабатываемая информация необходима как и для краткосрочной тактики, так и для долгосрочной стратегии управления компанией. При отсутствии верных данных неправильный анализ какой-либо ситуации приведет к не самым приятным последствиям, таким как, например, банкротство или разорение [3].

Эффективные бухгалтерские программы должны быть простыми в освоении, надежными в эксплуатации и иметь все необходимые функции для ведения учета и документооборота.

Минимальные требования к хорошему бухгалтерскому программному обеспечению состоят из:

- ведение журнала операций;
- аналитический учет;
- количественный учет;
- валютный учет;
- совместимость с устаревшим оборудованием;
- гибкость;
- экспорт–импорт данных;
- редактор документов;
- работа в сети;
- защита информации;
- доступ к архиву документов;
- разумная стоимость бухгалтерского программного обеспечения и его поддержки;
- качественная подробная распечатанная инструкция;
- услуги по обучению персонала и техническая поддержка программного обеспечения;
- понятный интерфейс и справочная система программного обеспечения.

Для грамотной работы у бухгалтерской системы должен быть доступ к единой базе данных финансового учета в компании и к архивным материалам для получения информации по запросу.

Безопасность системы гарантирует защиту от различных мошенников, от сбоев и повреждений базы данных. Возможность быстро восстановить данные после сбоя является еще одним показателем отличного качества бухгалтерской программы. В этом плане специалисты советуют выбирать проверенных производителей, дорожащих своей репутацией и которые имеют возможность вовремя обновлять программу, регулярно вести консультации и общаться на семинарах [2].

Главы предприятий от автоматизации бухгалтерского учета ждут повышения эффективности и качества всех финансовых служб предприятия:

- упорядочение получения информации по движению финансовых средств;
- анализ информации на основании скомпонованных данных;
- уменьшение бухгалтерских ошибок, связанных с «человеческим фактором»;
- повышение оперативности в бухгалтерском учете;
- снижение материальных затрат на бухгалтерское обслуживание;
- улучшение рабочего графика бухгалтерских служб.

Если хотя бы один пункт из этого списка не выполнен, то это значит, что автоматизация бухгалтерских процессов на предприятии была выполнена не очень профессионально и нуждается в анализе и исправлении ситуации. Если вовремя не принять меры, ситуация с бухгалтерским обслуживанием предприятия может усугубиться.

Программных продуктов для автоматизации бухгалтерского учета становится все больше. Это, с одной стороны, повышает качественность программы,



но с другой – делает выбор более сложным. Эксперты рынка отмечают нежелание пользователей бухгалтерского программного обеспечения.

Выражается это в том, что если фирма приобрела программный продукт у какого-либо поставщика, ее финансовые руководители предпочитают адаптацию конкретно к этой программе, несмотря на то, что сначала это могло выйти неудачным образом. Крайне редко принимают решение перейти на какую-либо новую, иную программу.

Так или иначе в наше время еще не было создано идеального программного обеспечения для введения бухгалтерского учета. По этой причине объективная оценка в данной области не считается возможной. Не используя программный продукт в определенной компании нельзя сделать вывод об исполнении ожиданий клиентов.

### Список использованных источников

1. Проданова, Н.А., Запаринная Е.И. Бухгалтерское дело: учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2020. – 320 с.
2. Титоренко, Г.А. Автоматизированные информационные технологии в экономике: учебник: ЮНИТИ, 2019. – 400 с.
3. Сапунова, М.А. Исследование особенностей применения программы «1С: Бухгалтерия» / М.А. Сапунова // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: Сборник научных трудов – Ставрополь: СЕКВОЙЯ, 2017. – С. 225-228.

## ACCOUNTING AUTOMATION

**K.A. Sikalo**

*Stavropol State Agrarian University,  
Stavropol, Russia*

All aspects of the financial and economic activities of the organization are reflected in the accounting records. It becomes an information base, thanks to which the management of the organization can more effectively make decisions related to the further development of the enterprise. It is also worth considering that accounting is also necessary so that third-party organizations, government regulators, shareholders, investors and many other legal entities and individuals can assess the activities of the organization, its profitability and solvency.

**Key words:** automation, accounting, modern accounting technologies, accounting software.

The topic of the article is relevant, since automation in the accounting of an organization is considered one of the most important tasks at the moment.

**HR–БРЕНДИНГ КАК НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА РЕПУТАЦИЮ КОМПАНИИ****Е.С. Скорнякова<sup>1</sup>**

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена анализу процесса создания и взаимодействия HR-бренда компании на современном экономическом рынке посредством различных методов брендинга и взаимодействия с целевой аудиторией, с целью удержания своих позиций и как можно более длительного существования компании.

**Ключевые слова:** HR-бренд, HR-брендинг, EVP, ценностное предложение, имидж компании, бренд работодатель.

В современных экономических условиях репутация компании имеет первостепенное значение для наиболее оптимального существования и развития бизнеса. Если рассматривать терминологию слова, то репутация – это объективно сформировавшаяся совокупность мнений об организации представителей заинтересованных сторон, а именно потребителей, инвесторов, кредиторов, сотрудников, средства массовой информации (СМИ) и т.п. Иными словами, под репутацией подразумевают общее создавшееся мнение о достоинствах и недостатках чего-либо. Таким образом, хорошая репутация вызывает доверие у потенциальных клиентов, а значит помогает придать дополнительную ценность продукту, который производит данная организация, привлечь новых покупателей, компетентных сотрудников и повысить удовлетворённость и лояльность действующего персонала. В последнее время всё больше актуальности приобретает потребность создания HR–бренда компании, который, точно так же как и репутация предприятия, является неотъемлемой частью формирования ее образа в целом.

Для наилучшего понимания как формируется и взаимодействует HR-бренд, прежде всего следует обратиться к терминологии.

HR–бренд – имидж предприятия как работодателя, который делает ее желанным местом работы для возможных сотрудников.

HR–брендинг – это комплекс мероприятий, которые направлены на формирование положительного образа (имиджа) компании как работодателя, на привлечение новых работников и на удержание уже работающего персонала.

Важной составляющей частью HR–бренда является разработка EVP.

EVP (с англ. employee value proposition) - это ценностное предложение компании-работодателя, набор рациональных и эмоциональных преимуществ, благ, выгод, которые организация может предложить сотрудникам и соискателям для коммуникации с прошлыми, текущими и потенциальными сотрудни-

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

ми компании. Такими выгодами могут быть конкурентоспособное вознаграждение, социальный пакет, компенсации, возможность профессионального и карьерного роста, корпоративная культура, а также перспективы развития организации в целом.

EVP помогает организации выделяться среди конкурентов и рассказать существующим и потенциальным работникам, почему им следует иметь дело именно с данной компанией. Такое ценностное предложение делает ясными и понятными преимущества работы именно в вашем бизнесе.

Формирование имиджа компании как успешного работодателя может идти как внутри, так и снаружи организации. Т.е. HR-брендинг имеет классическое разделение на внутренний и внешний. Так, в основе внутреннего бренда заложена качественная работа с персоналом внутри организации. Внешний HR-брендинг направлен на позиционирование организации среди потенциальных кандидатов и покупателей. Важным источником формирования HR-бренда являются бывшие сотрудники и постоянные клиенты организации. В обоих случаях результатом формирования HR-бренда компании должно стать понятное послание работодателя для специалистов.

Для наиболее точного понимания работы HR-бренда в реальной жизни стоит привести пример. В частности, корпорация «GOOGLE» имеет достаточно высокий HR-бренд и считается одним из лучших работодателей в мире. Все знают про спортивный комплекс, катки, бесплатный массаж и питание, а также про высокий уровень сотрудников, проходящих сложный отбор. Если в процессе работы окажется, что работнику не хватает знаний, компания предложит оплачиваемое обучение.

Обычно выделяют пять основных этапов работы по формированию HR-бренда:

- Подготовка

На данном этапе определяются цели с учётом общей стратегии и стратегии в области персонала. Здесь важно определиться с задачами, которые необходимо решить в результате этой работы – повысить вовлечённость персонала, удержать лучших сотрудников, увеличить поток соискателей или что-то ещё. Также описывается портрет целевой аудитории, согласовывается бюджет и необходимые ресурсы для реализации данного проекта.

- Исследование

Изучение восприятие бренда работодателя целевой аудиторией. Проводятся анкетирования, поиск информации о компании в Интернете, анализ каналы коммуникаций с целевой аудиторией и т. п. На этом же этапе проводим анализ конкурентов на рынке труда. Изучение информации конкурентах: описание вакансий, сайты компаний-конкурентов и т.д.

- Позиционирование

На данном этапе определяется общая концепция бренда работодателя, креативная концепция, визуальные образы, формулировка EVP. Если компания выделила несколько целевых аудиторий, то ценностных предложений может быть тоже несколько, но объединяться они всё равно должны единой концепцией работодателя.

- Продвижение

В соответствии с выбранной целевой аудиторией определяются каналы продвижения. Это могут быть и корпоративный портал, сайты, каналы на «YouTube», соц. сети и многое другое, в том числе внешняя реклама. Независимо от размеров бренда самым успешным методом продвижения является метод «сарафанного радио». Суть метода - сделать так, чтобы потребители рассказывали друг другу о компании или о продукте. Благодаря этому будет формироваться узнаваемость бренда, постепенно сформируется лояльность и, в конечном итоге, приверженность. Уже давно известно, что наиболее эффективной рекламой является рекомендация знакомого человека, поэтому компании сейчас повсеместно пытаются заставить потребителей говорить о своём бренде.

- Анализ эффективности

В соответствии с целями и задачами, которые были определены на самом первом этапе, можно оценить эффективность затрат на HR-брендинг. Например, если стоит цель повышения вовлеченности или снижения затрат на найм сотрудников в компанию, то необходимо произвести замеры этих факторов на начальном этапе.

Не менее важное условие, с которым может столкнуться организация – это то, что при изменении общей стратегии компании или внешних условий, может поменяться сама концепция бренда работодателя. В таком случае могут измениться не только целевая аудитория, но и EVP и каналы продвижения. В таком случае необходимо будет вернуться на самый первый этап и скорректировать все составляющие бренда работодателя в соответствии с новыми поставленными условиями.

Таким образом, на основе всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что в актуальных экономических условиях решающее значение для организации имеет не только ее бренд на современном рынке товаров и услуг, но и хороший, выигрышный HR-бренд, т.к. человеческий капитал является ведущим фактором успеха её функционирования.

### **Список использованных источников**

1. «Актуальные проблемы экономики и управления: теория и практика» тезисы докладов VII международной студенческой научно-практической конференции 12–16 мая 2020 I том, Гончарова С.С., бак. 4 к., Воронежский государственный университет, Научный руководитель – к.э.н., доц. Гончарова И.В., 2017. – 404 с.

2. «Развитие инновационной экономики: достижения и перспективы»; материалы VI международной научно-практической конференции. 2019 г. Издательство: Московский университет им. С.Ю. Витте (Москва); 280 с.

3. «HR-брендинг: Работа с поколением Y, новые инструменты для коммуникации, развитие корпоративной культуры и еще 9 эффективных практик», Нина Осовицкая, 2019 г., 433 с.

4. «Ловушки HR-брендинга: как стать лучшим работодателем для сотрудников и кандидатов», Светлана Владимировна Иванова, 2019 г., 232 с.

## HR – BRANDING AS A NEW LOOK AT THE COMPANY'S REPUTATION

**E.S. Skornyakova**

*FSBEI HE «St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article is devoted to the analysis of the process of creation and interaction of a company's HR brand in the modern economic market through various methods of branding and interaction with the target audience, in order to maintain its position and as long as possible the existence of the company.

**Key words:** HR brand, HR branding, EVP, value proposition, company image, employer brand.

**УДК 656.11**

## МОДЕЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РФ

**А.П. Солянов<sup>1</sup>**

*ФГБОУ ВО Казанский государственный энергетический университет,  
г. Казань, Россия*

Статья посвящена обзору некоторых моделей развития экономики. В данной статье перечислены разные национальные модели, их характеристика, направление развития и методика. Также в данной статье автором сделан общий вывод и представлена модель развития экономики РФ.

**Ключевые слова:** модель, экономическое развитие, национальный, региональный, факторы, компоненты, субъекты, интенсивность, специфика, задачи.

Современный глобальный кризис поставил перед Россией, а также другими государствами сложнейшую задачу поиска новой посткризисной модели социально-экономического развития. Главным условием ее решения для нашей страны должен стать переход к постиндустриальной форме хозяйствования на базе инновационного развития.

Так для индустриальной цивилизации характерны следующие экономические модели развития – либерально-рыночная, скоординированная рыночная (социально-ориентированная рыночная) экономика, административно-командная, смешанная модели экономики; для постиндустриальной – экономика знаний, инновационная экономика, экономика идей (новаций), интеллектоэкономика и другие.

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: Салихова Р.Р., к.э.н., доцент кафедры экономики и организации производства ФГБОУ ВО Казанский государственный энергетический университет

Для превосходного периода от индустриальной к постиндустриальной цивилизации будет характерна новая (промежуточная) модель развития экономики [1].

В целях выявления специфических особенностей, присущих каждой модели национальной экономики, проводится классификация типов развития. Со всей очевидностью выявлено, что любая модель рассмотренной национальной экономики строится и реализуется при учете национальных экономических интересов, которые не может игнорировать и национальный бизнес. При этом национальный интерес влияет как на внешнюю среду, так и на внутреннее развитие стран, что напрямую соответствует ее конкурентоспособности.

Как известно американская экономика, являющаяся примером либеральной модели, построена на системе всемерного поощрения предпринимательской активности, усилий наиболее деятельной части населения. Норвежская модель позволяет эффективно преодолевать кризисы, связанные с циклическим падением спроса на главный экспортный товар страны. Европейская модель развития последовательно использует принципы социально ориентированной экономики. Успех модели китайской экономики обусловлен примененной моделью экономического реформирования. Японская модель впитывает реформирование. Шведская модель характеризуется успешным сочетанием экономического роста с обширными политическими реформами на фоне относительной социальной бесконфликтности. Модель политико-экономической интеграции ЕС продолжает свое становление и проходит испытание современным экономическим кризисом [3].

Важнейшая сложность и специфика современной модели развития экономики России заключается в необходимости одновременно решать задачи восстановления индустриальной экономики страны и формирования постиндустриальной [1].

Экономическое развитие может осуществляться по двум направлениям: экстенсивному и интенсивному. Первое реализуется за счет использования большего количества факторов производства: труда, капитала и земли при сохранении его прежней технической основы. Интенсивный путь характеризуется увеличением масштаба выпуска продукции, который основывается на широком использовании более эффективных и качественно совершенных факторов производства.

Способность экономики к росту зависит от ряда факторов, под которыми подразумеваются явления и процессы, определяющие темпы и масштабы долгосрочного увеличения реального объема производства, возможности повышения эффективности и качества роста. По способу воздействия на экономический рост различают прямые и косвенные факторы. Прямыми считаются факторы, которые делают рост физически возможным.

Среди сдерживающих факторов экономического роста в России можно отметить следующие: устаревший фонд основных средств и сокращающийся объем инвестиций в их обновление, медленное внедрение научных разработок в процесс производства, а также низкие доходы населения и, как следствие, неэффективный спрос.

Также существует методика компонентной аналитической системной диагностики результатов и эффективности социально-экономического развития ре-

гионов, отличительной особенностью которой является ее поэтапная практическая реализация по трем основным направлениям: экономическому, социальному и когнитивному.

Для практической реализации поставленной задачи была сформирована система индикативных и факторных показателей в разрезе трех исследуемых направлений (экономического, социального и когнитивного), на основании которой были рассчитаны обобщающие показатели динамичности развития и эффективности управления региональными социально-экономическими системами СКФО [1].

Опираясь на вышесказанное, представим свою модель развития России, смысл которой заключается в развитии разных субъектов РФ с разной интенсивностью (см. рис.1).

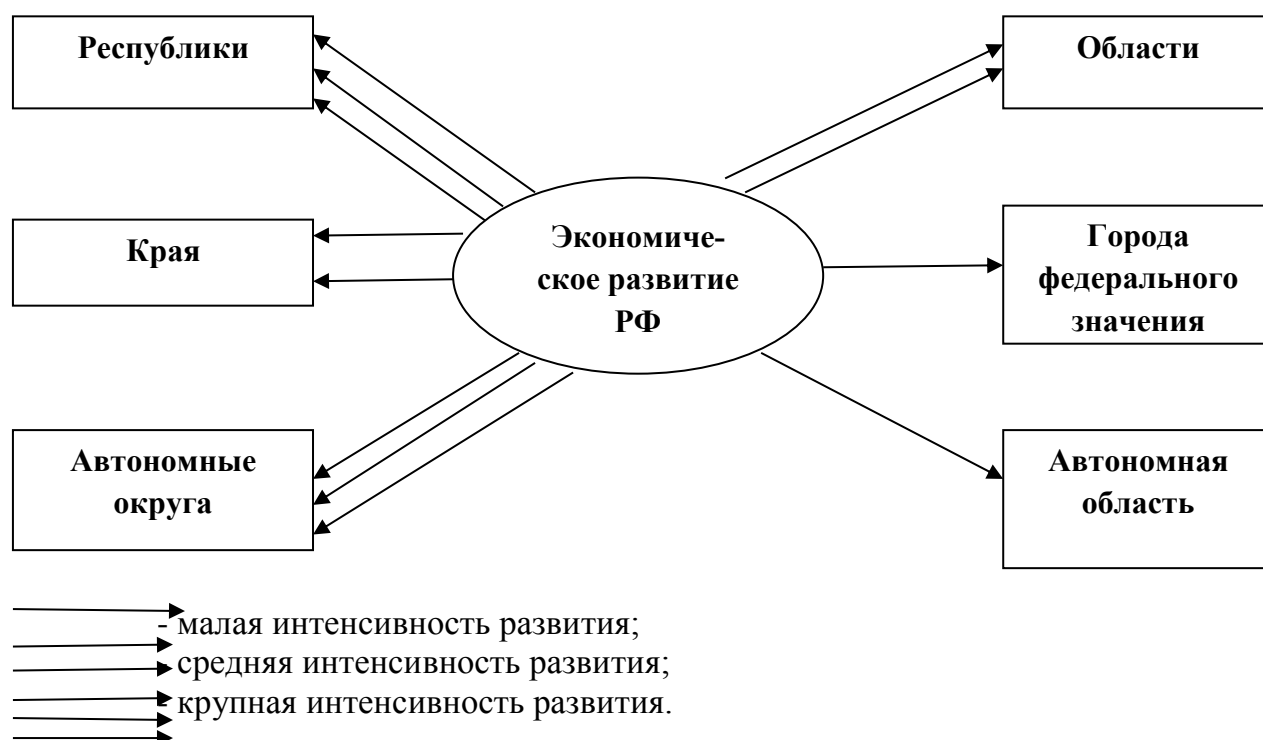


Рисунок1 – Модель экономического развития РФ

Рассмотрев различные модели развития и их компоненты, можно сделать вывод о существовании большого разнообразия национальных моделей развития, с разной долей административных и рыночных методов управления, с разными национальными ценностями и приоритетами. Также сюда можно добавить, что каждая модель имеет свою специфику и задачу, не существует какой-то конкретной модели развития экономики, существуют только отдельные ее компоненты.

Из всего вышеизложенного, можно заключить: несмотря на то, что все модели разные, у них есть одна цель – развитие, к этому развитию и надо стремиться.

## Список использованных источников

1. Величенко, Е.А. Совершенствование инструментария индикативного планирования и прогнозирования социально-экономического развития регионов // Диссертация. Ставрополь – 2018 – 232 с.
2. Горемыкин, Д.В. Современная посткризисная модель социально-экономического развития России // Автореферат. Москва – 2001 – 27 с.
3. Евлампиева, Н.П. Внешнеэкономический фактор современного развития России // Автореферат. Москва – 2010 – 30 с.

## MODELING OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN FEDERATION

**A.P. Solyanov**

*Kazan State Power Engineering University,  
Kazan, Russia*

The article is devoted to the review of some models of economic development. This article lists various national models, their characteristics, direction of development and methodology. Also in this article, the author makes a general conclusion and presents a model of the development of the economy of the Russian Federation.

**Keywords:** model, economic development, national, regional, factors, components, subjects, intensity, specifics, tasks.

УДК 345

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБЕСПЕЧЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СТРУКТУР

**О.С. Старикова, М.С. Смирнов**

*Государственное образовательное учреждение высшего образования луганской народной республики «Луганский государственный университет имени Владимира Даля»,  
г. Луганск, Луганская республика*

Успешное функционирование государственных структур Российской Федерации и развивающихся новых регионов и республик, в основном, определяется эффективностью обеспечения материально-технического обеспечения, что оказывает влияние на деятельность государственных организаций: выполнения социальных функций в обществе, реализацию задач государственных органов власти. Материально-техническое обеспечение является областью контроля денежных средств, с которой имеют дело руководители государственных структур.



Важнейшей функцией данного материально-технического обеспечения является постоянное и своевременное обеспечение государственных структур необходимыми материальными средствами и услугами при использовании рациональной системы механизма снабжения и функционирования.

**Ключевые слова:** эффективность, материально-техническое, обеспечение, государственная структура, услуги, функции, снабжение.

### **Введение**

Государственные структуры в процессе осуществления своих функций нуждаются в материально-техническом и хозяйственном обеспечении деятельности. В условиях изменяющейся рыночной экономики, самостоятельное обеспечение государством потребностей государственных организаций, как правило, становится более затратным и теряет свою эффективность.

**Целью работы** является изучение теоретических, методических основ по эффективности обеспечения материально-технического обеспечения государственных структур.

Организация материально-технического обеспечения в государственных структурах – это организация системы обеспечения государственного учреждения материально-техническими ресурсами.

В основу эффективной организационной структуры администрирования материально – технического обеспечения должны быть заложены принципы, обеспечивающие полный перечень функций закрепленных в законодательстве. Это простота в управлении, гибкость в принятии управленческого решения, принцип единоначалия и четкого разделения полномочий ответственных лиц. Материально-техническая организация государственных органов предусматривает осуществление следующих функций:

- определение необходимой потребности материальных ресурсов и их доставка;
- обеспечение доставки, складирования и их сохранности;
- систематизации и использование при распределении материальных ресурсов;
- учет, контроль за их использованием, своевременное списание.

Основанием для принятия управленческого решения о закупке материальных ресурсов является процесс обеспечения планирования. Эффективность определена этапами механизма планирования:

- исследование рынка материальных ресурсов (сбор, обработка, систематический анализ и оценка информации о конъюнктуре рынка и предложений конкретных видов материальных ресурсов);
- составление номенклатуры потребляемых материалов необходимой для определения потребности организации и учреждения (при этом необходимо иметь данные расчета о ресурсах);
- планирование и определение потребности в материальных ресурсах в натуральном выражении и их стоимости;
- подготовка и разработка плана закупок материалов.

Выбор поставщика очень важен при создании устойчивой базы снабжения государственного органа и его учреждений. Принятие управленческого решения при выборе конкретного поставщика и заключения договора на поставку зависит

от ряда факторов. Так, из предложений поставщиков необходимо выбирать того кто предлагает выгодные условия доставки продукции, цена и уровень обслуживания соответствует требованиям определенным законом.

В целях установления контроля за деятельностью государственных унитарных предприятий, государственных предприятий Луганской Народной Республики в сфере закупок товаров, работ и услуг, в соответствии со статьей 77 Конституции Луганской Народной Республики, со статьями 28, 41 Закона Луганской Народной Республики от 25.06.2014 № 14-І «О системе исполнительных органов государственной власти Луганской Народной Республики» Совет Министров Луганской Народной Республики утвердил порядок осуществления государственными унитарными предприятиями, государственными предприятиями и казенными предприятиями Луганской Народной Республики закупок товаров, работ и услуг на территории Луганской Народной Республики от «26» февраля 2019 года № 112/19 [1].

В Российской Федерации с 1 января 2014 г. действует Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», который определяет отношения, направленные на обеспечение государственных и муниципальных нужд в целях повышения эффективности, результативности осуществления закупок товаров, работ, услуг, обеспечения гласности и прозрачности осуществления таких закупок [2].

Представленный Федеральный закон не содержит определения термина «государственные нужды», однако законодатель, очевидно, употребляет его в том же значении, что и в предшествующем законе. Под закупкой (товара, работы, услуги) для обеспечения государственных нужд понимается совокупность действий, осуществляемых государственным заказчиком в установленном этим Федеральным законом порядке и направленных на обеспечение государственных нужд.

Следовательно, соответствующие сотрудники отделов материально-технического обеспечения обязаны соблюдать требования, предъявляемые к ним, относительно своевременного выполнения сроков поставки ресурсов, организации мероприятий приема и систематизации, проверки материалов на соответствие техническим и качественным требованиям, а также постоянно взаимодействовать с сотрудниками и бухгалтерией поставщика. Кроме того, должно быть регулярный анализ и определение других вариантов возможной поставки и эффективного обеспечения поступивших заявок на материальные ресурсы. Проверка количественных и качественных параметров поставляемых /заказанных/ материалов или услуг и соответствовать требованиям закрепленные в законе об охране труда и окружающей среды, в которых определены требования к материалам повседневного спроса – это прямая обязанность работника службы материально – технического обеспечения. Покупатели должны знать действующие законы и вытекающие из них требования к приобретаемым товарам и услугам.

### **Выводы**

Определение потребности в материальных ресурсах по функциям и товарному принципу является важным моментом организационной структуры управления материально-технического обеспечения. Такой метод планирования в обеспечении, как метод разработка модели по определению номенклатуры по-

ставок материальных ресурсов, минимизации расходов на логистику и хранения поставленной продукции, является основой эффективного механизма организации материально-технического обеспечения государственных структур.

Правильный выбор поставщика при организации закупок материальных ресурсов, соблюдение основных принципов поставки и законодательства является надежной гарантией эффективности организации процесса обеспечения государственных органов материальными ресурсами.

#### **Список использованных источников**

1. ПОСТАНОВЛЕНИЕ от «26» февраля 2019 года № 112/19 «Об утверждении Порядка осуществления государственными унитарными предприятиями, государственными предприятиями и казенными предприятиями Луганской Народной Республики закупок товаров, работ и услуг на территории Луганской Народной Республики

2. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ (в ред. от 04.06.2014) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // Российская газета. – 2013. – № 80. – 12 апреля.

3. Агеев, А.В. Оценка выбора поставщиков продукции в логистических процессах/ А.В. Агеев // Экономический анализ: теория и практика. – 2007. – №21. – С.42-47.

4. Атаманчук, Г.В. Теория государственного управления / Г.В. Атаманчук. – Москва: Омега – Л, 2012. – 361 с.

5. Видова, И.Д. Как правильно управлять государственным имуществом / И.Д. Видова // Основы государственной деятельности. – 2014. – № 8. – С. 45-51.

#### **EFFICIENCY OF PROVIDING MATERIAL AND TECHNICAL ORGANIZATION OF STATE STRUCTURES**

**O.S. Starikova, M.S. Smirnov**

*State educational institution of higher education of the luhansk people's republic  
«Lugansk state university named after Vladimir Dal»,  
Lugansk, Luhansk Republic*

The successful functioning of state structures of the Russian Federation and developing new regions and republics is mainly determined by the effectiveness of material and technical support, which affects the activities of state organizations: the performance of social functions in society, the implementation of the tasks of state authorities. Material and technical support is an area of money control that the heads of state structures deal with. The most important function of this material and technical support is the constant and timely provision of state structures with the necessary material means and services when using a rational system of the supply mechanism and functioning.

**Keywords:** Keywords: efficiency, logistics, state structure, services, functions, supply.

## ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА, ПЕРЕПОДГОТОВКА И ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ РАБОЧИХ И СПЕЦИАЛИСТОВ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОЙ ОТРАСЛИ

О.Е. Старцева

*ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»,  
г. Самара, Россия*

В статье рассмотрены виды подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников железнодорожной отрасли, их преимущества и недостатки, а также рассмотрен пример осуществления обучения работников АО «Вагонная ремонтная компания -1».

**Ключевые слова:** повышение квалификации, устойчивое развитие железнодорожной отрасли, внутрифирменное обучение, система подготовки персонала.

Железнодорожный транспорт является одной из ведущих отраслей народного хозяйства страны. В настоящее время железнодорожный транспорт является лидером перевозочного процесса по грузообороту России. Это сложная производственно-экономическая и социальная система. Данная отрасль отличается территориально-производственной и функциональной структурой, характерной только ей. По данным Росстата за девять месяцев 2021 года грузооборот транспорта составил 4 трлн 216,9 млрд тонно-километров, в том числе:

- железнодорожного – 1 трлн 959,7 млрд т/км,
- трубопроводного – 1 трлн 955,3 млрд т/км,
- автомобильного – 209,6 млрд т/км,
- внутреннего водного – 53,5 млрд т/км,
- морского – 32,2 млрд т/км,
- воздушного – 6,5 млрд т/км

Современное состояние промышленного производства в значительной степени требует постоянного обновления технологий, ускоренного освоения инноваций, быстрой адаптации к запросам и требованиям динамично меняющейся России. При решении стратегических задач развития транспорта кадровый потенциал становится одним из ключевых элементов в обеспечении конкурентоспособности предприятия, поскольку успешность деятельности достижима лишь при наличии высококвалифицированных специалистов.

Успешная реализация Стратегии развития железнодорожного транспорта Российской Федерации до 2030 года в значительной степени зависит от её кадрового обеспечения, а, следовательно, связана с деятельностью университетских комплексов Федерального агентства железнодорожного транспорта, которое осуществляет управление отраслевыми железнодорожными вузами.

Инновационный путь развития железнодорожного транспорта в настоящее время не имеет альтернатив, что предъявляет новые требования к его форме и

содержанию. В системе образования Росжелдор имеет четкую позицию по основным задачам развития персонала железнодорожного транспорта на сегодняшний день и на долгосрочную перспективу.

Росжелдор, осуществляя управление отраслевыми вузами в железнодорожной сфере, обеспечивает сохранение единых стандартов профессионального образования, необходимых в силу специфики отрасли. Несмотря на развитие рыночных механизмов, железная дорога должна оставаться единым механизмом. Агентство выступает гарантом системы образования на железнодорожном транспорте, которая выполняет функцию социального лифта, ведущего в экономику, путевое хозяйство, производство и другие сферы, где всецело поддерживаются инициативы молодых людей, их предложения, где много внимания уделяется более тесному взаимодействию с потенциальными работодателями.

Вузы осуществляют подготовку кадров в области железнодорожного транспорта по программам среднего профессионального образования, а также обучение будущих специалистов по направлениям подготовки высшего образования в рамках основных образовательных программ. Значительное внимание при подготовке будущих железнодорожников уделяется получению практических навыков с целью изучения конструкции подвижного состава, железнодорожного пути, электроснабжения, автоматики и телемеханики, применяемых в отрасли.

Современная система среднего профессионального образования (СПО) должна отвечать требованиям практикоориентированности, учитывать требования работодателей к уровню развития общих и профессиональных компетенций сотрудников по конкретным специальностям с учетом специфики вида профессиональной деятельности. Ядро национальной системы квалификаций представлено профессиональными стандартами, разрабатываемыми совместно с компаниями-лидерами отраслей народного хозяйства России. Актуальные ожидания и потребности работодателей являются ориентирами для образовательной системы СПО в процессе модернизации образовательных стандартов и программ. ОАО «РЖД» как естественная монополия принимает активное участие в развитии отраслевого образования и подготовки кадров для железнодорожного транспорта. Содержание требований к работникам среднего звена, составляющих более четверти кадрового состава компании, по конкретным направлениям подготовки отражается в корпоративных стандартах.

Организация целевой подготовки молодых кадров – это один из основных каналов кадрового обеспечения структурных подразделений и дочерних обществ ОАО «РЖД». Поэтому степень важности дальнейшего развития и своевременного обновления программ целевой подготовки максимально высока. С помощью таких программ работодатель получает возможность практически сразу отобрать лучших кандидатов на ту или иную должность в компании. Это объясняется тем, что абитуриенты, желающие поступить в университет в рамках целевого приема, как правило, мотивированы на получение профессионального образования по железнодорожным специальностям и по смежным техническим направлениям подготовки. Они хотят, чтобы их отметили, поэтому проявляют целеустремленность и главной задачей ставят достижение лучшего результата как в учебе, так и в последующей работе.

Холдинг ОАО «РЖД» включает в себя 16 филиалов железных дорог на территории Российской Федерации. На полигоне каждой дороги созданы учебные центры по подготовке узкопрофильных профессий, таких как: слесарь по ремонту подвижного состава (вагоны), слесарь по ремонту подвижного состава (локомотивы), составитель поездов, помощник машиниста электровоза, машинист электровоза, машинист тепловоза, сигналист, монтер пути, электромонтёр устройств СЦБ, дежурный по станции, проводник пассажирского вагона и другие.

Обучение, повышение квалификации работников в Учебном центре внутри компании ведёт к снижению рисков технологического и инфраструктурного характера, которые связаны с высоким износом основных средств. ОАО «РЖД» и дочерние общества компании готовы брать на себя решение проблемы повышения квалификации своих сотрудников и нести затраты, связанные с обучением персонала для того, чтобы повысить эффективность работы. Результатом этого процесса является уменьшение количества возможных ошибок и увеличение профессионализма и деятельности работников предприятия.

Если говорить о плановом обучении, то в ОАО «РЖД» к 2020 году разработаны и введены в действие 92 проф. стандарта охватывающие 203 профессии и должности. Нормативными документами для каждой категории персонала установлена разная периодичность повышения квалификации. Для руководителей и специалистов – 1 раз в 5 лет, для служащих, связанных с движением поездов и маневровой работой, – 1 раз в 3 года, для других категорий рабочих – 1 раз в 5 лет.

Предприятиям железнодорожного транспорта требуются высококвалифицированные рабочие с узкой специализацией. Работник транспорта должен соответствовать особенностям технологических операций. Вместе с тем за последние три года отмечается высокая напряженность на рынке труда с узкопрофильными рабочими профессиями, подходящими предприятиям железнодорожного транспорта.

Изучив данные АО «Вагонная ремонтная компания-1, можно увидеть, что общая численность по компании, установленная штатным расписанием предусматривала в 2020 году 9238 штатных единиц. На 31 декабря 2020 года в компании списочная численность составила 8618 человек. Укомплектованность составила 93,28 %. Основная нехватка кадров проявляется в следующих профессиях:

- слесарь по ремонту подвижного состава, при потребности в 2209 человек, факт составляет 2004 человека (укомплектованность 90,7 %);
- электрогазосварщик, при потребности в 672 человека, факт составляет 603 человека (укомплектованность 89,7 %);
- токарь, при потребности в 474 человека, факт составляет 441 человек (укомплектованность 93,0 %);
- дефектоскопист по магнитному и ультразвуковому контролю, при потребности в 818 человек, факт составляет 787 человека (укомплектованность 96,2 %).

Из приведенных основных рабочих профессий вагоноремонтного комплекса следует отметить, что более укомплектованной профессией является дефектоскопист по магнитному и ультразвуковому контролю. Это объясняется тем, что в большей степени эту профессию занимают женщины.

Следует отметить, что высокая текучесть кадров (за 2019 год – 22,94 %; за 2020 год – 23,41 %) вносит свой отрицательный результат в развитии вагоноремонтного комплекса, в устойчивом и стабильном функционировании всей железнодорожной отрасли. С учетом текучести кадров возникает острая потребность в подготовке, переподготовке кадров и повышении квалификации кадров основных профессий. В 2019 году в компании прошли обучение 2268 человек, в 2020 году – 1586 человек. Большую роль в снижении учебных процессов (на 30 %) сыграла эпидемиологическая обстановка в стране. Так в 2019 году на базе регионального центра вагонного ремонтного депо Тосно для вагонной ремонтной компании – 1 было подготовлено по профессии слесарь по ремонту подвижного состава 108 человек, а в 2020 году – 25 человек.

Обучение персонала внутри компании связано не только с выгодами, но и влечёт за собой определённые издержки, среди которых расходы на оплату преподавателей и вспомогательного персонала, а также расходы на учебные материалы. Риск инвестиционных вложений в профессионально – квалификационное развитие работников очень велик. Предприятие не получит отдачу от вложенных инвестиций в случае увольнения работника. Поэтому для снижения риска предприятие должно инвестировать в работника в виде узкоспециализированного обучения только на данном предприятии. И чем специфичнее человеческий капитал предприятия, тем ниже риск инвестиционных вложений в профессиональное развитие работников. Основными преимуществами обучения в учебных центрах холдинга являются:

- темы и содержание занятий разработаны в соответствии с потребностями производства на данном предприятии,
- данное обучение является экономически более выгодным с точки зрения использования преподавателей и средств обучения,
- преподаватели являются работниками предприятия и делают акцент на практические аспекты обучения,
- в процессе обучения используется оборудование самого предприятия,
- после окончания такого обучения работникам гораздо легче адаптироваться к рабочему месту и выполняемой работе.

Основным недостатком обучения на предприятии является отзыв работника в случае возникновения производственной необходимости. Для железнодорожной отрасли, являющейся специфической производственно-экономической системой, внутрифирменное обучение в настоящее время - это наиболее практичный метод повышения качества рабочей силы, что напрямую влияет на повышение качества выполняемых работ, устойчивое развитие и бесперебойное функционирование железнодорожной отрасли.

### **Список использованных источников**

1. «Концепция подготовки кадров для транспортного комплекса до 2035 года»: Распоряжение Правительства РФ от 06 февраля 2021 г. № 255-р.
2. Информационно-аналитический журнал «Аккредитация в образовании» № 6 (122) 2020; 02.12.2020.
3. Одинокоев, А.С. Корпоративные требования и подготовка кадров для железнодорожного транспорта в системе среднего профессионального образова-

ния. Техник транспорта: образование и практика. 2021; 2(1):33-39.  
<https://doi.org/10.46684/2687-1033.2021.1.33-39>.

## **PROFESSIONAL TRAINING, RETRAINING AND ADVANCED TRAINING OF WORKERS AND SPECIALISTS AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE RAILWAY INDUSTRY**

**O.E. Startceva**

*Samara state University of Economics,  
Samara, Russia*

The article discusses the types of training, retraining and advanced training of employees of the railway industry, their advantages and disadvantages, as well as an example of the implementation of training for employees joint stock company «Wagon Repair Company -1».

**Key words:** advanced training, sustainable development of the railway industry, in-house training, personnel training system.

**УДК 519.874**

## **МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ ОСНОВА МОДЕЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ**

**И.М. Тарасова, И.Е. Колодкин**

*ГКОУ ВО «Российская таможенная академия Владивостокский филиал»,  
г. Владивосток, Россия*

В статье представлена модель поиска оптимальных решений в условиях переменных разной зависимости, экономико-математическое обоснование существования некоторых величин, явлений в природе обеспечения запасами, также проведен небольшой анализ модели, выделены плюсы и минусы, определены практическая важность и актуальность представленных задач.

**Ключевые слова:** экономический объем заказа, расходы на запасы, объем заказа.

На современном этапе человеческого общества основа моделирования предприятий и организаций является частным случаем экономического развития Российской Федерации. Задачи управления запасами составляют один из наиболее многочисленных классов экономических задач, решение которых имеет важное народнохозяйственное значение. Правильное и своевременное определение оптимальной стратегии управления запасами, а также нормативного уровня запасов позволяет высвободить значительные оборотные средства, заморожен-



ные в виде запасов, что, в конечном счете, повышает эффективность используемых ресурсов [1].

Задачи представленной работы: практическое обоснование обозреваемой модели; теоретическое описание модели управления запасами с фиксированным объемом заказа; анализ модели.

Различия темпов производства и спроса потребителей зачастую приводят практически любое предприятие к созданию запасов. Под запасами будем понимать соответствующий объем ресурсов, материалов, обеспечивающий бесперебойный выпуск товарного продукта. Частным примером может стать сезонный продукт, откуда невольно понимаешь важность создания запасов в условиях сезонности. Также необходимо отметить о процессе создания запаса, так как запасы необходимо где-нибудь сохранять. Необходимо помнить и о способности запасов терять свои свойства, морально устаревать. Отсюда возникает ряд ограничений, затрудняющий процесс управления, который требует необходимого разрешения, откуда и возникают модели решения этих проблем, задач. На сегодняшний день моделирование таких задач без сомнений является важным аспектом, поскольку данное способствует отлаженной и эффективной работе предприятий, организаций, а также и комфортному существованию экономических макросистем.

Существует достаточно много моделей, которые позволяют определить оптимальный уровень инвестиций в запасы и потому многие модели получили достаточное распространение на практике [2]. Большинство моделей содержат

формулу: 
$$\text{Прибыль} = \text{Выручка} - \frac{\text{Производственные затраты}}{\text{затраты}} - \frac{\text{Издержки хранения}}{\text{хранения}} - \frac{\text{Стоимость разочарования клиента}}{\text{разочарования}}$$

Проанализируем основные задачи, которые решаются в ходе управления запасами. Для этого необходимо ответить на три вопроса, – что заказывать, в каких количествах, а, самое главное, когда. Данное необходимо для поддержания уровня запасов в оптимальном состоянии. Существуют две основные модели способные в этом помочь: модель с фиксированным интервалом времени между заказами; модель с фиксированным объемом заказа.

В данной работе рассмотрим вторую модель, а именно с фиксированным объемом заказа. Поиск оптимального значения, с точки зрения объема заказа, есть определение такого комплекса стоимости выполнения заказа и стоимости его хранения, при котором максимизация целевого значения (объема заказа) осуществляется за счет минимизации этих самых затрат. Отметим, чем меньше объем заказов, тем меньше расходы на содержание и складирование, однако расходы на доставку возрастают. Обратно же, при наращении закупочной партии, затраты на закупку снижаются, плюс возможны получения скидок за опт, но складские расходы растут.

Наилучшая (оптимальная) величина объема заказа имеет название «экономичный объем заказа» (ЕОQ) и составляет наименьшее значение годовых расходов на запасы. Такую величину заказа найдем, используя основную модель ЕОQ. Отметим все три модели, не исключая основную модель ЕОQ, с фиксированным объемом, отличных разными условиями: модель ЕОQ с постепенным пополнением запасов; модель ЕОQ в условиях количественных скидок; основная модель ЕОQ.

Проанализируем основную модель ЕОQ для нахождения оптимального объема заказа. В качестве ограничений принимаем: все расчеты относятся только к одному виду товара; известны нормы годового спроса; спрос равномерно распределен по всему годовому периоду; время исполнения заказов не меняется; каждый заказ выступает единой поставкой; количественные скидки не действуют [3].

Оптимальный объема заказа это сумма годовой стоимости хранения запасов и годовой стоимости заказа запасов. Определена зависимость, при которой годовая стоимость хранения запасов находится в прямой зависимости от объема, а стоимость заказа запасов существует в противоположной зависимости соответственно. Связь переменных представим на рисунке 1.

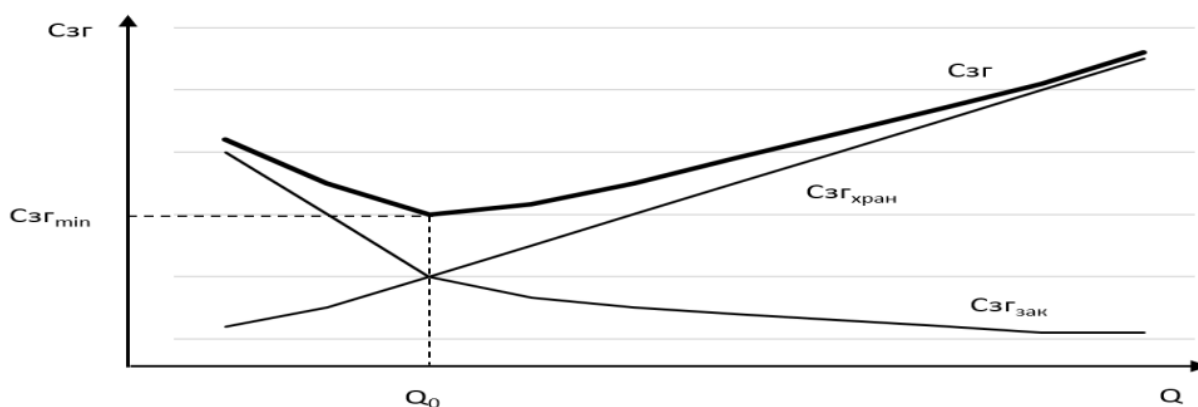


Рисунок 1 – Зависимость затрат от объема запасов

Некоторые специалисты рассчитывают затраты при помощи средних значений затрат на единицу запаса (содержание, заказ) и объема; средние же значения могут считаться на основе прошедших периодов, либо с учетом ожиданий (плана).

Динамика изменения количества продукта на складе представлена на рисунке 2. Предприятие имеет средний объем запаса, располагаемого на складе на протяжении определенного периода времени, запас убывает с постоянной скоростью пока не достигнет нулевой отметки, не исчерпает себя. В этот момент времени размещается и мгновенно поступает заказ, размер которого равен  $Q$  и уровень запаса восстанавливается до максимального значения. Это так называемая «пилообразная» модель запаса [4].

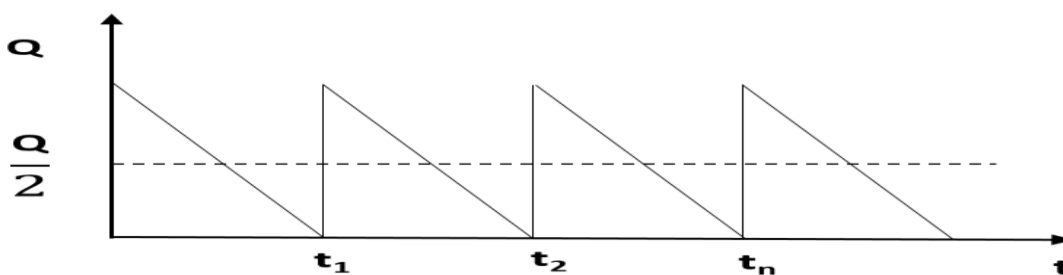


Рисунок 2 – Динамика изменения объема запаса на складе

Смоделируем задачу, отражающую реальные условия. Специалисты предприятия предсказали спрос на товарную единицу, предполагаем, что в этом году потребность в этом товаре составит 200 единиц. Издержки, связанные с содержанием товара, составляют 0,2 тыс. у.е., а издержки организации одного заказа равны 40 тыс. у.е. Необходимо найти оптимальный объем закупочной партии ( $Q_{\text{опт}}$ ) и минимальные годовые расходы на запасы ( $C_{\text{зг}}$ ).

Для нахождения оптимального объема закупаемых запасов воспользуемся формулой:  $Q_{\text{опт}} = \sqrt{\frac{2 \cdot (40\,000 \text{ у.е.} \cdot 200 \text{ ед.})}{200 \text{ у.е.}}} = \sqrt{80\,000 \text{ ед.}} \approx 282,84$ .

В расчетах используется значения объема спроса на данный товар, затраты на его хранение и заказ. Для получения минимальных расходов используем формулу:  $C_{\text{зг}} = 200 \text{ у.е.} \cdot \frac{283 \text{ ед.}}{2} + 40\,000 \text{ у.е.} \cdot \frac{200 \text{ ед.}}{283 \text{ ед.}} \approx 56\,568,55 \text{ у.е.}$

Оформление заказа обойдется меньшей суммой чем предусмотрено условиями. Данное свидетельствует о том, что один заказ будет сделан за период превышающий один год.

Таким образом, математическая модель ЕОQ определяет оптимальный объем запасов исходя из цели минимизации затрат на их приобретение и хранение при удовлетворении прогнозируемого спроса на эти товары. Эти затраты варьируются в зависимости от заказанного количества [2]. Модель является общей, что позволяет решать большой пласт задач в данной области. Однако рассматриваемая модель, как было отмечено в основной части, попадает под ряд ограничений, где следует отметить неспособность справляться в условиях реальной неравномерности, то есть эффективно распределять объемы поставки, учитывать количество самих поставок, разное время исполнения заказа, неравномерный спрос.

С учетом всех ограничений модель математически верна и позволяет отыскать точное оптимальное решение.

### Список использованных источников

1. Исследование операций в экономике: учебник для вузов / под редакцией Н. Ш. Кремера. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 414 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-12800-0. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/468404>

2. Краткосрочная финансовая политика [Текст] : конспект лекций / А. В. Зимовец ; М-во образования и науки РФ, НОУ ВПО «Таганрогский ин-т упр. и экономики», Каф. экономики и финансов. - Таганрог : НОУ ВПО ТИУиЭ, 2010. - 110 с. : ил., табл.; 20 см. URL: [http://www.aup.ru/books/m209/4\\_3.htm](http://www.aup.ru/books/m209/4_3.htm)

3. Модели управления запасами: практикум по дисциплине «Организация процессов управления запасами» / сост. О. Ф. Соколова. – Ульяновск: УлГТУ, 2019. – 41 с. URL: <http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2017/632.pdf>

4. Т 98 Тюхтина А.А. Модели управления запасами: Учебно-методическое пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2017. – 84 с.

# RESOURCE MANAGEMENT MODELS BASIS FOR MODELING THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF ENTERPRISES AND ORGANIZATIONS

I.M. Tarasova, A.A. Vishnevskaya

*STEI HE «Russian customs academy Vladivostok branch»,  
Vladivostok, Russia*

The article presents a model for finding optimal solutions in conditions of variables of different dependencies, an economic and mathematical justification for the existence of certain quantities, phenomena in the nature of provision of reserves, a small analysis of the model is also carried out, the pros and cons are highlighted, the practical importance and relevance of the presented tasks are determined.

**Keywords:** economic order quantity, inventory costs, order quantity.

УДК 352

## ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ В СФЕРЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (НА ПРИМЕРЕ Г. АРЗАМАСА)

Е.О. Тихонова, Д.И. Тихонов

*Арзамасский филиал ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский  
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»,  
г. Арзамас, Россия*

В данной статье автор рассматривает результаты реализации муниципальной программы по развитию малого и среднего предпринимательства в г. Арзамасе.

**Ключевые слова:** муниципальная программа, малое и среднее предпринимательство, показатели развития сферы МСП, проблема, развитие, эффективность.

В настоящее время в Российской Федерации на федеральном и субфедеральном уровнях большое внимание уделяется развитию малого и среднего предпринимательства. Особое значение малого и среднего предпринимательства в экономике обусловлено тем, что его развитие способствует поддержанию здоровой конкуренции. Именно субъекты МСП обеспечивают экономике необходимую гибкость, поскольку они быстрее крупных предприятий реагируют на появление новых рыночных ниш и новых потребностей [4].

В Российской Федерации государственное регулирование предпринимательской деятельности является комплексным. Правовое регулирование пред-

принимательства можно рассматривать с позиции конституционного, гражданского, административного, налогового, уголовного и иного права.

Одна из крупнейших аудиторских компаний «КПМГ» провела опрос представителей малого и среднего бизнеса России и выяснила, какие проблемы беспокоят их больше всего. Для этого компания собрала 10 151 анкету в 82 регионах, а также взяла 578 комментариев предпринимателей о проблемах их бизнеса в свободной форме [6].

Лидирует среди проблем ограниченный доступ к финансовым ресурсам. В комментариях респонденты упоминали чрезмерно высокие ставки по кредитам, сложность получения займов на долгий срок, невозможность взять кредит с отсрочкой на развитие.

Второе место в рейтинге участники опроса отвели плохому бизнес-климату. Представители предприятий говорили, например, о чрезмерной бюрократии, низкой заинтересованности со стороны местного самоуправления, частых проверках контролирующих органов.

Проблема номер три – кадровые ресурсы. «Очень низкая профессиональная подготовка молодых кадров».

На четвертую позицию респонденты поставили проблемы с доступом к рынкам сбыта, следом идут «поиск поставщиков товаров и услуг», «доступ к технологиям производства и обучения» и «инфраструктура».

Согласно статистическим данным самым тяжелым периодом в предпринимательской деятельности является первый год существования. Основная часть малого бизнеса закрывается, не преодолев начального этапа.

Показатели развития сферы малого и среднего предпринимательства г. Арзамаса снизились по сравнению с предыдущим периодом (табл.1).

Таблица 1 – Основные показатели малого и среднего бизнеса на территории г. Арзамас 2018-2019 гг.

Показатели	2018 год	2019 год
Количество субъектов малого и среднего предпринимательства, в том числе:	4141	3533
-индивидуальных предпринимателей, ед.	3011	2460
-малых предприятий, ед.	1119	1063
-средних предприятий, ед.	11	10
Численность занятых в секторе малого и среднего предпринимательства, чел.	10750	9754
Число субъектов малого и среднего предпринимательства на 10 тыс. человек населения, ед.	362,07	337,93
Доля среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) малых и средних предприятий в среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) всех предприятий и организаций	17,99	16,73

Система поддержки развития сферы предпринимательства в г. Арзамасе включает в себя администрацию города с её подразделениями, а также организации инфраструктуры МСП.

С целью создания и обеспечения благоприятных условий для увеличения роли субъектов малого и среднего предпринимательства в социально-экономическом развитии города Арзамаса, содействия развитию малого и среднего бизнеса в приоритетных для муниципального образования направлениях деятельности разработана и реализуется программа «Развитие малого и среднего предпринимательства и торговли в городском округе город Арзамас Нижегородской области на 2018-2020 годы».

Программа содержит две подпрограммы: подпрограмма 1 «Развитие малого и среднего предпринимательства в городском округе город Арзамас Нижегородской области на 2018-2020 годы», подпрограмма 2 «Развитие торговли в городском округе город Арзамас Нижегородской области на 2018-2020 годы».

Управление реализацией муниципальной программы осуществляет департамент экономического развития совместно с соисполнителями. Администрация города Арзамаса и Комитет имущественных отношений города Арзамаса предоставляют информацию, необходимую для подготовки отчетов о ходе реализации (выполнении) мероприятий Подпрограммы 1. Департамент потребительского рынка и услуг администрации города предоставляет отчеты о ходе реализации (по исполнению) Подпрограммы 2.

Таблица 2 – Ресурсное обеспечение реализации муниципальной программы

Подпрограмма	Потребность в финансовых ресурсах по годам реализации Программы, тыс.руб.				
		2018	2019	2020	Всего
Подпрограмма 1 «Развитие малого и среднего предпринимательства в городском округе город Арзамас Нижегородской области на 2018-2020годы»	Всего	140,0	140,0	140,0	420,0
	Местный бюджет	140,0	140,0	140,0	420,0
	Областной бюджет	-	-	-	-
	Федеральный бюджет	-	-	-	-
Задача 5: Консультационная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства Мероприятие 5.1. Содержание и обеспечение текущей деятельности АНО «АЦРП»	Всего	140,0	140,0	140,0	420,0
	Местный бюджет	140,0	140,0	140,0	420,0
	Областной бюджет	-	-	-	-
	Федеральный бюджет	-	-	-	-
Подпрограмма 2 «Развитие торговли в городском округе город Арзамас Нижегородской области на 2018-2020годы»	Всего	-	-	-	-
	Местный бюджет	-	-	-	-
	Областной бюджет	-	-	-	-
	Федеральный бюджет	-	-	-	-
	Всего	140,0	140,0	140,0	420,0

Реализация муниципальной программы обеспечивается из средств местного бюджета в размере 420 тыс. руб. в период 2018-2020 гг. и направлена на Подпрограмму 1, а именно на Содержание и обеспечение текущей деятельности АНО «АЦРП».

Для мониторинга программы заложены индикаторы достижения цели.

Количество субъектов малого и среднего предпринимательства в расчёте на 10 тыс. чел. населения, доля среднесписочной численности работников, доля налоговых поступлений от МСП, среднемесячная заработная плата работающих на малых предприятиях.

Сведения об индикаторах цели муниципальной программы приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Индикаторы цели муниципальной программы [2]

Наименование индикатора цели муниципальной программы	Ед. изм.	Значение индикатора цели муниципальной программы		
		2018 год	2019 год	2020 год
Подпрограмма 1. «Развитие малого и среднего предпринимательства в городском округе город Арзамас Нижегородской области на 2018-2020 годы»				
Количество субъектов малого и среднего предпринимательства в расчете на 10 тыс. чел. населения	Единиц на 10 тыс. человек населения	412,0	414,1	418,6
Доля среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) в малом и среднем предпринимательстве в среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) всех предприятий и организаций города.	%	16,4	16,5	16,8
Доля налоговых поступлений от субъектов малого и среднего предпринимательства в собственных доходах местного бюджета	%	23	23,5	24
Среднемесячная заработная плата работающих на малых предприятиях.	тыс. руб.	19,0	20,7	22,0
Подпрограмма 2. «Развитие торговли в городском округе город Арзамас Нижегородской области на 2018-2020 годы»				
Объем розничного товарооборота (во всех каналах реализации) в действующих ценах	млн руб.	26220,0	27123,0	28342,0
Количество принятых нормативных правовых актов, направленных на поддержку сферы потребительского рынка и услуг	ед.	14	15	16

Анализируя показатели достижения цели по итогам 2019 г. видно, что Число субъектов малого и среднего предпринимательства на 10 тыс. человек населения ниже запланированного на 18 %. Доля среднесписочной численности работников достигла цели, а среднемесячная заработная плата работающих в малом предпринимательстве превысил показатель цели на 3,3 тыс. руб. Объем розничного товарооборота не достиг своего индикатора и составляет 25446,22 млн руб. вместо 27123,0 млн. руб.

Таблица 4 – Анализ достижения цели муниципальной программы

Показатели	2019 г. (значение индикатора)	2019 г.	Достижение цели в %
Число субъектов малого и среднего предпринимательства на 10 тыс. человек населения, ед.	414,1	337,93	82
Доля среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) малых и средних предприятий в среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) всех предприятий и организаций	16,5	16,73	101
Среднемесячная заработная плата работающих в малом предпринимательстве, тыс. руб.	20,7	24	115
Объем розничного товарооборота (во всех каналах реализации) в действующих ценах, млн.руб.	27123,0	25446,22	94
Числовое значение оценки эффективности реализации муниципальной программы (Rмп)	0,99 (высокая)		

В результате проведенного анализа было выявлено, что оценка эффективности муниципальной программы высокая, но наблюдается тенденция по снижению числа предпринимателей на территории г. Арзамас. Этого говорит о том, что необходимо внесение изменений в муниципальную программу, а именно:

1. Усилить финансовую поддержку на федеральном (региональном) уровне (разработка и защита грантовых проектов, вступление в федеральные и региональные программы), а также поиск возможностей дополнительного финансирования самим муниципальным образованиям. Необходимо активно взаимодействовать с субъектами системы негосударственных финансовых институтов, например, в форме привлечения частных капиталов, предоставления государственных гарантий целевых кредитов коммерческих банков под конкретные объекты [3;5].

2. Включить в программу следующие задача и мероприятия:



Задача 1: Развитие молодежного предпринимательства.

1.1. Популяризировать предпринимательскую деятельность среди молодежи (проводить тренинги; устраивать олимпиады по предпринимательству для старшеклассников; приглашать молодежь на образовательные курсы; информировать о государственной поддержке молодых предпринимателей; информировать молодежь о проводимых конкурсах бизнес-проектов).

1.2. Массово вовлекать молодых людей в предпринимательскую деятельность (информировать о программах, устраивать анкетные опросы молодежи в учебных заведениях, проводить конференций с молодежью, желающей открыть собственные предприятия, на них должны приглашаться успешные предприниматели, представители бизнеса и власти)

1.3. Проводить профильное обучение с целью привития молодым людям навыков ведения бизнеса

1.4. Активизация предпринимательства в молодежной среде.

Задача 2: Развитие малого предпринимательства в IT-индустрии.

2.1. Информирование предпринимателей в сфере информационных технологий о льготах по налогам, финансовых поддержках государства, региона, города.

2.2 Организация и проведение городского конкурса «Цифровой прорыв»

Задача 3: Развитие социального предпринимательства.

3.1. Проведение семинаров, мастер-классов, тренингов и других обучающих мероприятий

3.2. Сбор, обобщение и распространение информации о социальных проектах.

### **Список использованных источников**

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ. Доступ из справ. правовой системы «КонсультантПлюс».

2. Муниципальная программа «Развитие малого и среднего предпринимательства и торговли в городском округе город Арзамас Нижегородской области на 2018 – 2020 годы». [Электронный ресурс]: постановлением Администрации г. Арзамаса от 20.12.2017 года № 1941. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

3. Люшина, Э.Ю., Рязанова В.А., Тихонова Е.О. Методы отбора эффективных программ комплексного развития территорий. / Люшина Э.Ю., Рязанова В.А., Тихонова Е.О. // Казанская наука. Издательство: Казанский Издательский Дом (Казань) Казанская наука. – 2017. – № 11. – С. 51-54.

4. Тихонова, Е.О. Пути развития малого инновационного бизнеса // Влияние науки на инновационное развитие: сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа. Издательство: ООО «Аэтерна». – 2016. – С. 139-141.

5. Фаткина, М.М., Тихонова Е.О. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства // Современные проблемы развития техники, экономики и общества. Материалы II Международной научно-практической очно-заочной конференции. Казань. Издательство: «Рокета Союз». – 2017. – С. 339-341.

5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.gks.ru](http://www.gks.ru)
6. «РБК» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.rbc.ru>
7. Официальный сайте администрации г. Арзамас [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://арзамас.рф/>

## **EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE IMPLEMENTATION OF THE MUNICIPAL PROGRAM IN THE FIELD OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES (ON THE EXAMPLE OF ARZAMAS)**

**E.O. Tikhonova, D.I. Tikhonov**

*Arzamas branch National Research Nizhny Novgorod State University.  
N.I. Lobachevsky,  
Arzamas, Russia*

In this article, the author examines the results of the implementation of the municipal program for the development of small and medium-sized businesses in Arzamas.

**Keywords:** municipal program, small and medium-sized entrepreneurship, indicators of SME development, problem, development, efficiency.

**УДК 336.22**

## **СУЩНОСТЬ, ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ**

**Е.О. Тихонова, А.В. Кабанова**

*Арзамасский филиал ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»,  
г. Арзамас, Россия*

В данной статье рассмотрены вопросы реализации полномочий налоговыми органами в рамках контрольной деятельности в Российской Федерации, определены сущность, формы и методы организации налогового контроля, проанализировано осуществление функций налогового контроля Межрайонной ИФНС № 1 по Нижегородской области.

**Ключевые слова:** налоги, налоговый контроль, налоговые органы, налогоплательщики, камеральная налоговая проверка.

Одной из приоритетных целей государства является создание условий для обеспечения безопасного и достойного проживания в стране, что предполагает проведение сбалансированной бюджетной политики государством. Государство

управляет бюджетной деятельностью и направляет ее с помощью государственных органов, которые наделены специальными полномочиями, с помощью которых возможно решение множества проблем.

Ключевым из источников развития государства в нашей стране, являются налоги. Соответственно, государство заинтересовано в своевременном и полном перечислении налога в бюджет, поэтому, на всех уровнях власти, осуществляет тотальный контроль над налоговым механизмом в целом.

Для развития законодательства в сфере налогообложения необходим постоянный анализ правовых преобразований, применяемых государством для реализации своих интересов, поэтому организация налогового контроля является наиболее важным направлением, в рамках которого осуществляется реализация интересов государства в налоговой сфере.

Прежде чем, приступить к разбору с определением налогового контроля, необходимо раскрыть понятие финансового контроля, т.к. налоговый контроль является одним из видов финансового контроля.

В статье 265 Бюджетного Кодекса РФ, дается следующее определение: государственный финансовый контроль – это деятельность контрольных органов, которая осуществляется на основании законодательства с помощью специальных приемов и методов с целью обеспечения законности, целесообразности и эффективности формирования, распределения и использования бюджетных средств [2].

Основной задачей финансового контроля является осуществление деятельности по проверке, установлению и устранению выявленных нарушений в финансовой деятельности субъектов финансового права.

Так, наравне с налоговым контролем, к видам государственного контроля относятся таможенный контроль, бюджетный и валютный контроль.

Пристальное внимание к налоговому контролю связано с тем, что налоги являются если и не главным, то основным источником наполнения бюджета, а налоговые правоотношения изначально конфликтны. Задачам государства, относящимся к сбору налогов, противостоит естественное стремление налогоплательщика предельно уменьшить размер налоговых платежей. В связи с чем, интересы государства и налогоплательщика не совпадают.

Процесс налогового администрирования невозможен без определения функциональных обязанностей (иерархии) и структуры различных уровней налоговых органов. Порядок передачи показателей работы нижестоящих налоговых органов к вышестоящим представлен ниже (рис. 1).

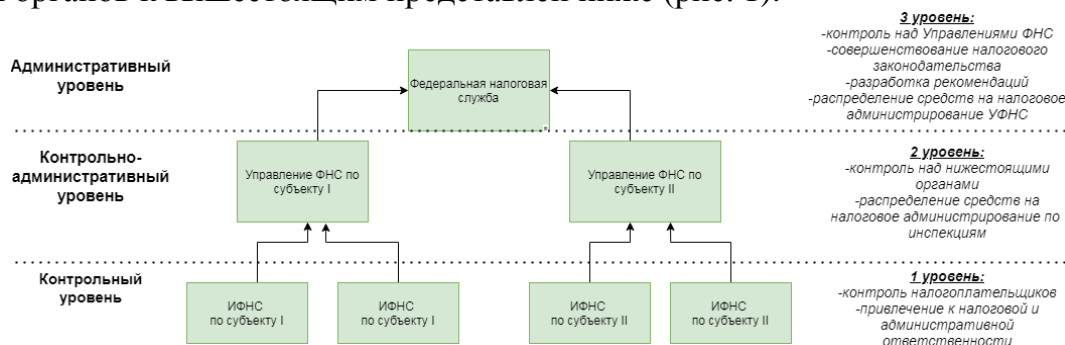


Рисунок 1 – Структура налоговых органов РФ

Итоговые показатели деятельности инспекции, направляются в Управление ФНС по субъекту. УФНС, в свою очередь, по полученным результатам делает выводы и предлагает пути для улучшения показателей инспекции. На основании данных, представленными всеми инспекциями субъекта, УФНС по субъекту оформляет общий результат деятельности и направляет в ФНС России. В свою очередь ФНС определяет эффективность налогового администрирования по субъектам РФ.

Непосредственно, контрольную деятельность осуществляют ИФНС по субъекту РФ. Это Межрайонные ИФНС, ИФНС по городу или району, или ИФНС по району города. Эффективный налоговый контроль является важнейшим фактором обеспечения экономической безопасности страны.

Налоговый контроль – это важнейший элемент финансового контроля и, согласно ст. 82 НК РФ [1], представляет собой деятельность уполномоченных органов (в лице налоговых органов), связанную с контролем за соблюдением налогоплательщиками, плательщиками сборов и налоговыми агентами законодательства о налогах и сборах в порядке, установленном НК РФ.

Целью налогового контроля является предупреждение и выявление налоговых правонарушений (в том числе налоговых преступлений), а также привлечение к ответственности лиц, нарушивших налоговое законодательство. Цели налогового контроля реализуются путем решения определенных задач:

- обеспечение экономической безопасности государства при формировании публичных централизованных и децентрализованных денежных фондов;
- обеспечения надлежащего контроля за формированием государственных доходов и рациональным их использованием;
- улучшения взаимодействия и координации деятельности контрольных органов в Российской Федерации;
- проверки выполнения финансовых обязательств перед государством и муниципальными образованиями со стороны организаций и физических лиц;
- проверки целевого использования налоговых льгот;
- пресечения и профилактики правонарушения в налоговой сфере.

Объектами налогового контроля являются движение денежных средств, в процессе аккумулирования публичных денежных фондов, а также материальные, трудовые и иные ресурсы налогоплательщиков [3].

Форма налогового контроля – это способ конкретного выражения и организации контрольных действий [3].

Налоговый контроль проводится исключительно должностными лицами налоговых органов в пределах своей компетенции. Это означает, что налоговые проверки как одна из форм налогового контроля проводятся исключительно налоговыми органами. Основными формами налогового контроля являются налоговые проверки, учет налогоплательщиков и проверка данных бухгалтерской и налоговой отчетности.

Методами налогового контроля являются приемы и способы, используемые при реализации той или иной формы налогового контроля в зависимости от конкретных обстоятельств.

К ним относятся:

- проверка данных учета и отчетности;
- истребование документов;

- осмотр территорий и помещений;
- выемка документов и предметов;
- инвентаризация;
- привлечение переводчика;
- осуществление опроса;
- опрос свидетелей;
- назначение экспертизы и пр.

Одним из ключевых показателей деятельности налогового органа является реализация полномочий в рамках налоговых проверок. Основным критерием классификации налоговых проверок является вид налоговой проверки, это камеральные и выездные налоговые проверки.

Камеральная налоговая проверка (КНП) – проводится по месту нахождения налогового органа. Проведение КНП является прямой обязанностью налоговых инспекторов и поэтому осуществляется в рабочем порядке без специальных решений и указаний руководства непосредственно на рабочем месте сотрудника налоговой инспекции.

Целью проведения КНП является выявление нарушений НК РФ, контроль за правильностью исчисления налоговых платежей, своевременностью их уплаты, взыскание недоимок по налогам контроль за своевременным оформлением и сдачей налоговых деклараций, взыскание санкций за налоговые правонарушения [2].

Срок проведения составляет три месяца со дня представления налогоплательщиком налоговой декларации и иных документов, которые могут прилагаться к декларации (например, документы, подтверждающие право на получение налогоплательщиком налоговых льгот).

Так, в Межрайонной ИФНС России №1 по Нижегородской области реализация механизма налогового контроля осуществляется посредством процедурно-процессуальной деятельности. Осуществление функций контроля происходит благодаря обоснованным конкретным методам и инструментам, которые являются основой формирования налогового контроля. С помощью налогового мониторинга осуществляется удаленный онлайн-доступ к учетным данным организации. Обеспечится более качественный уровень реализации налогового контроля, который направлен на установление новых отношений между налогоплательщиками и государством [5].

Что касается методики оценки контрольно-проверочной деятельности налоговых органов, то в экономической литературе разработаны и предложены к использованию методики оценки контрольно-проверочной деятельности налоговых органов, различные по информационной базе и целям. Все методики можно объединить в две группы: авторские и официальные методики, применяемые в налоговых органах. К показателям эффективности деятельность инспекций ФНС, так же относятся количество проведенных проверок всего и количество проверок с выявленными нарушениями (таб.1).

Таблица 1 – Количество КНП проведенных в МРИ ФНС России №1 по Нижегородской области за 2018-2020 г.

Год	Количество проведенных КНП всего	Количество выявленных нарушений, в результате КНП	Доля КНП, в результате которых были выявлены нарушения, %
2020	60226	2119	3,52
2019	64461	2216	3,44
2018	68986	3918	5,68

Анализируя данные таблицы 1, можно отметить, что количество КНП за анализируемый период снижается. Более того, к 2020 г. уменьшилась доля КНП, в результате которых были выявлены налоговые правонарушения с 5,68 % в 2018 г. до 3,52 % в 2020 г. Так, в 2018 году деклараций с нарушениями было 3918 шт., а уже в 2020 году 2119 шт. Указанные тенденции могут говорить о повышении финансовой грамотности налогоплательщиков, что позволяет представлять декларации в налоговый орган без ошибок и вовремя.

Таким образом, можно сделать вывод, что налоговый контроль является важнейшим инструментом налоговой политики государства. Данный контроль особенно важен, так как доходы страны формируются, прежде всего, за счет налоговых поступлений. Налоговый контроль представляет собой систему наблюдения за финансово- хозяйственной деятельностью налогоплательщиков с целью качественного исполнения налогового законодательства. В настоящее время, Инспекции ФНС, в том числе и МРИ ФНС России №1 по Нижегородской области, уже сделали большой шаг в изменении подходов в налоговом контроле. Так, можно сделать вывод, что налоговый мониторинг является одной из новых форм налогового контроля и отличаются от налоговых проверок по механизму осуществления. Налоговый мониторинг призван сократить затраты на налоговое администрирование, повысить уровень налоговой культуры участников налоговых отношений. В результате нового формата информационного взаимодействия появляется возможность разрешить споры до проведения контрольных мероприятий налоговыми органами, не доводя до рассмотрения в судебном порядке.

#### Список использованных источников

1. Российская Федерация. Законы. Налоговый кодекс Российской Федерации: текст с изменениями и дополнениями вступившими в силу с 01.10.2021. – Москва: Эксмо, 2021. – 695 с.
2. Российская Федерация. Законы. Бюджетный кодекс Российской Федерации: текст с изменениями и дополнениями от 29.11.2021. – Москва: Эксмо, 2021. – 379 с.
3. Брызгалин А.В., Ильиных Д.А. Налоговый контроль // Налоги и финансовое право. 2011. №5. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/contents.asp?issueid=977520&selid=17064251> (дата обращения: 14.09.2021).
4. Добрынина К. С. Совершенствование механизмов оценки эффективности деятельности отдела камеральных проверок в налоговой службе. Краснодар:

Новация, 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/264/13669/> (дата обращения: 04.10.2021).

5. Официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nalog.gov.ru/rn52> (дата обращения 10.10.2021).

6. Официальный сайт Министерства финансов РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://mf.nnov.ru> (дата обращения 10.10.2021).

## THE ESSENCE, FORMS AND METHODS OF TAX CONTROL ORGANIZATION

**E.O. Tikhonova, A.V. Kabanova**

*Arzamas branch National Research Nizhny Novgorod State University.  
N.I. Lobachevsky  
Arzamas, Russia*

In this article, the issues of the exercise of powers by tax authorities within the framework of control activities in the Russian Federation are considered, the essence, forms and methods of tax control organization are determined, the implementation of tax control functions of the Interdistrict IFNS No. 1po of the Nizhny Novgorod region is analyzed.

**Keywords:** taxes, tax control, tax authorities, taxpayers, desk tax audit.

**УДК 330.59**

## ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ РФ

**А.С. Тогулева, О.Н. Пушкарев**

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,  
г. Казань, Россия*

В данной статье рассматривается повышения качества жизни в РФ путем реализации приоритетных направлений.

**Ключевые слова:** качество жизни, низкий уровень жизни, развитие экономики, благосостояние жизни.

Экономическое положение страны прежде всего характеризуется качеством жизни населения. Показатель качества жизни населения - важнейший показатель для оценки реальных социально-экономических последствий реформ и степени социальной напряженности. Повышение качества жизни населения на данном этапе – важнейшая стратегическая задача общественного развития.

Качество жизни - это сложное понятие, которое имеет сопоставимые формы как в пространстве, так и во времени. Оно отражает удовлетворение человека материальными, культурными и духовными потребностями, которые измеряются удовлетворенностью человека своей собственной жизнью.

Доход, социальная защищенность, потребление материальных благ и услуг, условия жизни и свободное время именно это и есть важнейшие составляющие качества жизни человека.

Качество жизни населения и государственное управление РФ имеют общие проблемы. Такие как:

1) Понимание управленческой тематики недостаточно четкое, потому что понятие «качество жизни населения» не формализовано.

2) Отсутствие единой методики оценки качества жизни населения – интегрального индикатора и набора показателей, характеризующих качество жизни

Концепция индикативного управления предполагает плановый надзор и основывается на индикативных планах. Под социальным индикативным планированием понимается метод государственного управления в социальной сфере, при котором определение целей, задач и основных средств реализации основывается на системе социальных индикаторов.

Стратегические цели - довести темпы экономического роста до средних по стране, а также повысить доходы и качество жизни населения региона.

Для достижения этих целей необходимо разобрать следующие направления:

1. Отсутствие точного определения понятия качества жизни населения,
2. Создание общей методики оценки качества жизни жителей страны
3. Увеличение доходов населения;

Необходимо повышать благосостояние населения, достигать высоких стандартов личной безопасности, обеспечивать высококачественное образование и здравоохранение, улучшение жилищных условий, возможность посещения культурных учреждений и высокий уровень экологической безопасности.

4. Развитие человеческого потенциала;

Для порождения, свободного развития и самореализации материальных и духовных благ человека используется человеческий потенциал, который включает в себя энергию и мотивацию, уровень образования, квалификации, здоровье.

5. Опережающее развитие экономики на основе инновационных подходов;  
– Гарантирование высоких темпов роста в основных секторах экономики и увеличение их объемов за счет развития различных отраслей.

– Формирование долгосрочных конкурентных преимуществ через «экономику знаний» и создание условий для возникновения новых инновационных технологий и предприятий;

– Использование потенциала территории, развитых и обширных внутренних рынков, транспортные сети и другие инфраструктуры.

6. Развитие институтов гражданского общества и обеспечение социального согласия.

Развитие будет основано на структуре власти, взаимного доверия и ответственности между обществом и предприятиями, другими словами на формировании принципа субсидиарности. Социальная напряженность в обществе начнет снижаться.

Можно сделать вывод, что повышение качества жизни людей - основная задача органов местного самоуправления.

Социально-экономический статус муниципальных образований предопределяет необходимость проведения социологических исследований качества жизни населения и поиска более надежных стандартов и показателей качества населения, которые позволят национальным и региональным властям понять процесс



формирования и повышения качества жизни муниципальных организаций. Оказывать регулирующее воздействие.

Сохранение низкого уровня жизни большинства населения препятствует экономическому развитию и усугубляет социально-политическую нестабильность. Социальная политика России по-прежнему пассивна и недостаточна для преодоления нынешней напряженности.

#### **Список использованных источников**

1. Васильев, А.Л. Россия в XXI веке. Качество жизни и стандартизация. – Москва: Стандарты и качество, 2003. – 440 с.
2. Забелин, П.В., Моисеева Н.К. Основы стратегического управления. – Москва: «Маркетинг», 2002. – 31 5с.
3. Когут, А.Е., Рохчин В.Е. Региональный мониторинг: качество жизни населения. - СПб.: ЮНИТИ, 2001. – 352 с.

### **IMPROVING THE QUALITY OF LIFE OF THE POPULATION OF THE RUSSIAN FEDERATION**

**A.S. Toguleva, O.N. Pushkarev**

*Kazan State Power Engineering University,  
Kazan, Russia*

This article discusses improving the quality of life in the Russian Federation through the implementation of priority areas.

**Keywords:** quality of life, incomes of the population, poverty, unemployment.

**УДК 343.233.111**

### **ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕТОДОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ**

**А.И. Тюпаева, Л.В. Азарова**

*ФГБОУ ВПО «Тверской государственный технический университет»,  
г. Тверь, Россия*

Статья посвящена методам государственного финансового контроля и их трансформации в Российской Федерации: изложена сущность государственного финансового контроля в соответствии с Бюджетным кодексом РФ, представлены актуальные методы, отражена практика их применения на примере УФК по Тверской области и КСП Тверской области.

**Ключевые слова:** государственный финансовый контроль, методы, проверка, ревизия, обследование, УФК по Тверской области, КСП Тверской области.

Законодательно государственный финансовый контроль – контроль соблюдения бюджетного законодательства. Если обратиться к статье 265 Бюджетного кодекса РФ, то полное определение государственного финансового контроля следующее: государственный (муниципальный) финансовый контроль осуществляется в целях обеспечения соблюдения положений правовых актов, регулирующих бюджетные правоотношения, правовых актов, обуславливающих публичные нормативные обязательства и обязательства по иным выплатам физическим лицам из бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, а также соблюдения условий государственных (муниципальных) контрактов, договоров (соглашений) о предоставлении средств из бюджета [1].

Необходимо отметить, что определение государственного финансового контроля было расширено в ред. ФЗ от 02.07.2019 г. введением части о публичных нормативных обязательствах и государственных контрактах.

Государственному финансовому контролю посвящен раздел 9 Бюджетного кодекса РФ, где регламентированы: сущность понятия государственный финансовый контроль, его виды, определены органы государственного финансового контроля, объекты, методы и др.

На данный момент выделяют три метода государственного финансового контроля: проверка, ревизия и обследование. Определения методов государственного финансового контроля представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Определения методов государственного финансового контроля [1]

Метод госфинконтроля	Определение (ст. 267.1 БК)
Проверка	Совершение контрольных действий по документальному и фактическому изучению законности отдельных финансовых и хозяйственных операций, достоверности бюджетного (бухгалтерского) учета и бюджетной отчетности, бухгалтерской (финансовой) отчетности в отношении деятельности объекта контроля за определенный период.
Ревизия	Комплексная проверка деятельности объекта контроля, которая выражается в проведении контрольных действий по документальному и фактическому изучению законности всей совокупности совершенных финансовых и хозяйственных операций, достоверности и правильности их отражения в бюджетной отчетности, бухгалтерской (финансовой) отчетности.
Обследование	Анализ и оценка состояния определенной сферы деятельности объекта контроля.

До 2019 г. в статье 267.1 БК содержался четвертый метод – санкционирование операций. Под которым понималось совершение разрешительной надписи после проверки документов, представленных в целях осуществления финансовых операций, на их наличие и (или) на соответствие указанной в них информации требованиям бюджетного законодательства Российской Федерации. Однако редакцией ФЗ от 26.07.2019 г. № 199-ФЗ из статьи 267.1 БК РФ этот метод изъят.

Органами государственного финансового контроля являются в РФ в соответствии со ст. 265 БК Федеральное казначейство и его управления по областям и Счетная палата, Контрольно-счетные палаты по городам и областям. Федеральное казначейство и его подразделения относятся к органам внутреннего государственного финансового контроля; Счетная палата и ее подразделения – внешнего.

Анализ плана контрольных мероприятий УФК по Тверской области в финансово-бюджетной сфере на 2021 год показал, что соотношение проверок и ревизий: 97,1 % и 2,9 % (из 34 [2] запланированных контрольных мероприятий 33 приходятся на проверки, одно – на ревизию). Причем применение ревизии с каждым годом снижается. Например, в 2020 г. соотношение проверок и ревизий составило 92,7 % и 7,3 % (из 41 [3] мероприятия 38 – проверки, 3 – ревизии); в 2019 г. соответственно: 84,8 % и 15,2 % (из 46 [4] запланированных мероприятий 39 – проверки, 7 – ревизии); Таким образом, в 2019 г. от общего числа запланированных контрольных мероприятий было запланировано проведение 15,2 % ревизий, в 2020 г. – 7,3 %, а в 2021 г. – 2,9 %. Обследований на 2019, 2020, 2021 годы не запланировано.

Если обратиться к отчету КСП по Тверской области о контрольных мероприятиях, проведенных в 2020 году, то ревизии не было проведено ни одной. Среди контрольных мероприятий наблюдается такое деление: внешние проверки бюджетной отчетности министерств Тверской области (около 80 % от общего числа проведенных контрольных мероприятий), проверки использования бюджетных средств (около 20 %), мониторинг федеральных выплат стимулирующего характера медработникам, работающих с гражданами, у которых выявлена коронавирусная инфекция – 1 [5] мероприятие (2 %).

#### **Список использованных источников**

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 01.07.2021, с изм. от 15.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 12.07.2021).

2. План контрольных мероприятий Управления Федерального казначейства по Тверской области в финансово-бюджетной сфере на 2021 год. <https://tver.roskazna.gov.ru/upload/iblock/9e7/plan-kontrolnykh-meropriyatiy-UFK-po-Tverskoy-oblasti-na-2021-god.PDF>.

3. План контрольных мероприятий Управления Федерального казначейства по Тверской области в финансово-бюджетной сфере на 2020 год. [https://tver.roskazna.gov.ru/upload/iblock/048/plan-kontrolnykh-meropriyatiy-upravleniya-federalnogo-kaznacheystva-po-tverskoy-oblasti-na-2020-god\\_710\\_31\\_12\\_2019.pdf](https://tver.roskazna.gov.ru/upload/iblock/048/plan-kontrolnykh-meropriyatiy-upravleniya-federalnogo-kaznacheystva-po-tverskoy-oblasti-na-2020-god_710_31_12_2019.pdf).

4. План контрольных мероприятий Управления Федерального казначейства по Тверской области в финансово-бюджетной сфере на 2019 год. [https://tver.roskazna.gov.ru/upload/iblock/05a/plan-kontrolnykh-meropriyatiy-upravleniya-federalnogo-kaznacheystva-po-tverskoy-oblasti-na-2019-god\\_5\\_14\\_01\\_2019.pdf](https://tver.roskazna.gov.ru/upload/iblock/05a/plan-kontrolnykh-meropriyatiy-upravleniya-federalnogo-kaznacheystva-po-tverskoy-oblasti-na-2019-god_5_14_01_2019.pdf).

5. Отчет о деятельности Контрольно-счетной палаты Тверской области в 2020 году. [http://www.kspto.ru/documents/kspto\\_report\\_2020.pdf](http://www.kspto.ru/documents/kspto_report_2020.pdf).

## TRANSFORMATION OF METHODS OF STATE FINANCIAL CONTROL

**A.I. Tyupaeva, L.V. Azarova**

*Federal State Budget Educational Institution of Higher Education, Tver  
State Technical University,  
Tver, Russia*

The paper pays attention on methods of state financial control and its transformations in Russian Federation. The nature of state financial control is outlined, actual methods are presented, practice of its usage is showed on example of Federal Treasury Department of Tver region and Control and Accounting Chamber of Tver region.

**Keywords:** state financial control, methods, checking, revision, investigation, Federal Treasury Department of Tver region, Control and Accounting Chamber of Tver region.

**УДК 164**

## ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ТОРГОВЛИ

**В.Е. Тяптина, А.В. Буянчикова**

*ГАПОУ «Уфимский топливно-энергетический колледж»,  
г. Уфа, Россия*

В настоящее время благополучие и коммерческий успех предприятия всецело зависят от того, насколько эффективна его деятельность. И она должна быть ориентирована только на прибыльное, рентабельное функционирование, так как предприятие несет всю полноту экономической ответственности за свои решения и действия. Главной целью функционирования предприятия является получение максимально возможной прибыли за счет реализации потребителям производимой продукции (выполненных работ, оказанных услуг), на основе которой удовлетворяются социальные и экономические запросы трудового коллектива и владельцев средств производства. Итак, закупочная логистика – грамотное управление материальными потоками, обеспечивающее поставки материальных ресурсов на предприятие [1].

**Ключевые слова:** основные понятия, закупочная логистика, задачи и функции, Торговые предприятия, сущность.

Основные понятия

Закупочная логистика – это сегмент общественного производства, который осуществляет оборот материальных ресурсов не только от производителя к

потребителю, но и обеспечивает передачу товаров внутри предприятия. Она представляет возможным управлять материальными потоками (производственными или вспомогательными ресурсами) через комплекс операций, влияющих на снабжение предприятия необходимыми ресурсами, а также распределять объем незавершенного производства, полуфабрикатов и готовой продукции на предприятии по подразделениям и между ними. В процессе закупочной деятельности возникает ряд вопросов, с которыми сталкивается логист по закупкам. Другими словами, значимость логистики в закупочной деятельности четко объясняется через сроки поставок, количества закупочного товара и соблюдением требований по качеству продукции и обслуживания, следовательно, опираясь на эти факторы, можно оптимизировать логистические поставки. Закупочная логистика связывает. Современное предприятие не может быть эффективным без использования логистики. Образую связь между товаропроизводителями и потребителями, представляется возможным снизить логистические издержки.

Фирмы могут закупать сырье, товары или услуги для удовлетворения собственных нужд. Торговые фирмы (оптовые, розничные) закупают запасы для перепродажи. Производственные предприятия используют запасы для обработки, чтобы использовать для своей выпускаемой продукции, также товарно-материальные ценности могут использоваться и для капитальных ремонтов, содержания оборудования и многое другое. [1]

#### Задачи закупочной деятельности

Основные вопросы, на которые следует ответить в процессе обеспечения предприятия предметами труда, традиционны и определяются логикой снабжения:

- что закупить;
- сколько закупить;
- у кого закупить;
- на каких условиях закупить.

К традиционному перечню логистика добавляет свои вопросы:

- как системно увязать закупки с производством и сбытом;
- как системно увязать деятельность предприятия с поставщиками.

Обозначенный круг вопросов закупочной логистики определяет состав решаемых в данной функциональной области задач и характер выполняемых работ.

Рассмотрим задачи и работы, относящиеся к закупочной логистике.

#### 1. Определение потребности в материальных ресурсах

В процессе определения потребности в материальных ресурсах необходимо идентифицировать внутрифирменных потребителей материальных ресурсов. Затем выполняется расчет потребности в материальных ресурсах. При этом устанавливаются требования к весу, размеру и другим параметрам поставок, а также к сервису поставок. Далее разрабатываются планы-графики и спецификации на каждую позицию номенклатуры и (или) номенклатурные группы. Для потребляемых материальных ресурсов может решаться задача «сделать или купить».

#### 2. Исследование рынка закупок

Исследование рынка закупок начинают с анализа поведения рынка поставщиков. При этом необходимо идентифицировать всех возможных поставщиков по непосредственным рынкам, рынкам заменителей и новым рынкам. Далее следует предварительная оценка всех возможных источников закупаемых

материальных ресурсов, а также анализ рисков, связанных с выходом на конкретный рынок.

### 3. Выбор поставщиков

Включает поиск информации о поставщиках, создание банка данных о поставщиках, поиск оптимального поставщика, оценку результатов работы с выбранными поставщиками.

### 4. Осуществление закупок

Реализация данной функции начинается с проведения переговоров, которые должны завершиться оформлением договорных отношений, т. е. заключением контракта. Договорные отношения формируют хозяйственные связи, рационализация которых также является задачей логистики. Осуществление закупок включает в себя выбор метода закупок, разработку условий поставки и оплаты, а также организацию транспортировки материальных ресурсов. При этом составляются графики поставки, осуществляется экспедирование, возможно, организуются таможенные процедуры. Завершаются закупки организацией приемного контроля.

### 5. Контроль поставок

Одной из значимых задач контроля поставок является контроль качества поставки, т.е. учет количества рекламаций и брака. Контроль поставок включает в себя также отслеживание сроков поставки, отслеживание сроков оформления заказа, сроков транспортировки, а также контроль состояния запасов материальных ресурсов [2].

### Функция снабжения на предприятии

В соответствии с концепцией логистики в процессе обеспечения предприятия предметами труда должны иметь место мероприятия по реализации системного подхода к управлению материальными потоками в пределах самой службы снабжения.

В России решение перечисленных в предыдущем параграфе задач закупочной логистики осложнено тем, что в недавнем прошлом предприятия эти задачи в полном объеме зачастую не решали вообще, так как ресурсы распределялись.

Рассмотрим два варианта организации снабжения, принципиально отличающиеся друг от друга возможностями реализации системного подхода к управлению материальными потоками в процессе обеспечения предприятия сырьем.

Первый вариант организационной структуры предприятия с распределением перечисленных выше задач между различными функциональными подразделениями. Как видим, задачи, что закупить и сколько закупить, решаются дирекцией по производству. Здесь же выполняются и работы по складированию закупленных предметов труда.

Задачи, у кого закупить и на каких условиях закупить, решаются дирекцией по закупкам. Здесь же выполняются и перечисленные работы по снабжению, т. е. заключаются договоры, контролируется их исполнение, организуется доставка закупленных предметов труда. В результате функция управления материальным потоком в процессе снабжения предприятия сырьем и материалами разделена между различными службами и ее эффективная реализация затруднена.

Другой вариант, предполагает сосредоточение всех функций снабжения предприятия в одних руках, например, в дирекции по материально-техническому снабжению.

Такая структура создает широкие возможности логистической оптимизации материального потока на стадии закупок предметов труда.

Торговые предприятия, сущность

Торговое предприятие – имущественный комплекс, включающий земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, товары, права требования, фирменное наименование, товарные знаки, знаки обслуживания и др. используемые организацией объекты для купли-продажи товаров и оказания услуг торговли.

Торговое предприятие как хозяйствующий субъект с правом юридического лица осуществляет закупку, хранение и реализация товаров и разного рода сопутствующие услуги в целях удовлетворения потребностей рынка (юридических и физических лиц) и получения прибыли.

По виду торговли торговые предприятия делятся на оптовые и розничные.

По категории товаров: продовольственные, непродовольственные, смешанные.

Предприятие оптовой торговли осуществляет куплю-продажу товаров с целью их последующей перепродажи, а также оказывает услуги по организации оптового оборота товаров.

Предприятие розничной торговли осуществляет куплю-продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг покупателям для их личного, семейного, домашнего использования.

Оптовые и розничные торговые предприятия классифицируются по:

- 1) видам;
- 2) типам;
- 3) по ряду признаков, конкретизирующих вид и тип.

В зависимости от специализации деятельности различают следующие виды предприятий розничной торговли:

1. Предприятия оптовой торговли, включающие полный комплекс закупочно-сбытовых операций (товарные склады, оптовые базы).
2. Предприятия-посредники (брокеры, дистрибьюторы).
3. Предприятия-организаторы оптового оборота (товарные биржи, оптовые ярмарки, аукционы).

Торговля относится к сфере экономики народного хозяйства, производящей не овеществленные материальные блага, поскольку она оказывает посредническую деятельность по продвижению товаров от производителя до потребителя, не создает новую потребительскую стоимость товаров [2].

### Список использованных источников

1. Логистика: теория и практика / Г.Г. Левкин. – Ростов н/Д: Феникс, 2009 <https://www.lobanov-logist.ru/upload/iblock/76e/76ee20fe290fa31e294eb279aebd34.pdf> (14.10.21).
2. Закупочная и распределительная логистика : учебно-методическое пособие для студентов экономических специальностей / Р. Б. Ивуть, А. Г. Баханович, И. И. Краснова. – Минск: БНТУ, 2016.
3. Фархутдинов, А.М. Методические подходы к определению объема потерь при нарушении нормативного срока строительства объекта // Международный научно-исследовательский журнал. – 2015. – № 11. – С. 121-124. – DOI: 10.18454/IRJ.2015.42.005

4. Фархутдинов, А.М. Возможности приобретения жилья населением с различным уровнем доходов в Республике Башкортостан // Вестник ВЭГУ. Научный журнал по социально-экономическим, общественным и гуманитарным наукам. – 2013. – №1. – С. 186-189.

5. Фархутдинов, А.М. Жилищное строительство в Республике Башкортостан: социальные аспекты проблемы // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2011. – № 5. – С. 98-100.

## **ORGANIZATION OF PROCUREMENT ACTIVITIES AT THE TRADE ENTERPRISE**

**V.E. Tyartina, A.V. Buyanchikova**

*Ufa Fuel and Energy College,  
Ufa, Russia*

At present, the well-being and commercial success of an enterprise entirely depend on how effective its activities are. And it should be focused only on profitable, cost-effective functioning, since the enterprise bears full economic responsibility for its decisions and actions. The main purpose of the company's functioning is to obtain the maximum possible profit through the sale of manufactured products to consumers (work performed, services rendered), on the basis of which the social and economic needs of the labor collective and owners of means of production are satisfied. So, procurement logistics is a competent management of material flows, ensuring the supply of material resources to the enterprise.

**Keywords:** basic concepts, procurement logistics, tasks and functions, Trading enterprises, essence.

**УДК 332.14**

## **АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫБНОЙ ОТРАСЛИ НА БАЙКАЛЕ**

**Д.З. Убонова**

*ФГБУН Бурятский научный центр СО РАН, Отдел региональных  
экономических исследований,  
г. Улан-Удэ, Россия*

Проведен ретроспективный анализ возникновения и развития рыбной отрасли в Республике Бурятия. Исследована динамика показателей вылова рыбы и добычи биоресурсов на территориях, прилегающих к Байкалу за различные периоды. Выявлено, что наибольший объем добычи рыбы приходился на военный период.

**Ключевые слова:** рыболовство, экономика, Республика Бурятия, развитие региона.



Озеро Байкал, основная часть которого расположена на территории Бурятии, является одним из крупнейших пресноводных озер мира. В 1996 г. Байкал получил статус объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО [1]. Обладая огромными водными ресурсами, Республика Бурятия издавна славилась своими рыбными запасами. Основные ресурсы промысловых рыб сосредоточены в озере Байкал, имеющим большое рыбохозяйственное значение в экономике республики.

В развитии рыбной отрасли Бурятии можно выделить несколько периодов: возникновение рыбного промысла; становление и развитие государственной системы рыболовства и рыбной промышленности; деятельность отрасли в условиях рыночной экономики.

Рыболовство в дореволюционное время являлась одной из наиболее значимых отраслей экономики. Рыбный промысел на Байкале вели главным образом рыбацкие артели, в которые объединялись местные жители. Были распространены летние артельные рыбацкие стоянки. До революции 1917 года ежегодный вывоз рыбы с северного и восточного берегов Байкала достигал до 276 тыс. пудов [2].

Разнообразие байкальской фауны способствовало организации значительного числа промысловых объединений – местных и региональных. В начале XX века рыбный промысел на Байкале вели главным образом рыбацкие артели, в которые объединялись местные жители. Успешный рыбацкий сезон определялся ценой товара. До революции 1917 года цену на рыбу определяли рыбопромышленники, а в дальнейшем – рынок, куда свозили готовую продукцию кооперативы. После установления Советской власти рыболовство являлось одним из важнейших занятий прибайкальских сел и деревень, действовали специализированные бригады, артели и колхозы, занимающиеся исключительно рыбным промыслом.

Новый этап развития рыбной отрасли начался в 1930-е годы, когда в Бурятии в рамках перехода страны на пятилетние планы развития экономики начала создаваться государственная рыбная промышленность. Основным документом, определившим задачи развития этой отрасли, стало постановление Совнаркома СССР «О пятилетнем плане рыбной промышленности Союза ССР», в котором было предложено ускорить процессы технических реконструкций и введение в строй новых предприятий [3]. Возрастающая роль рыбных продуктов в продовольственном снабжении страны поставило рыбную проблему по значению в питании наряду с зерновой и мясной проблемами. К развитию рыбной промышленности было привлечено активное внимание государственных органов, профессиональных, кооперативных и других общественных организаций.

Был создан Восточно-Сибирский краевой рыбтрест, основной промысловой базой которого являлись рыбные ресурсы озера Байкал. В его состав в 1931 г. входили: Краевое управление треста (г. Иркутск), Кабанское промысловое управление (с. Кабанск), Усть-Баргузинское промысловое управление и консервный завод (п. Усть-Баргузин) и Северо-Байкальское промысловое управление (п. Нижнеангарск). Позже трестом было учреждено Горячинское промысловое управление.

Процесс становления рыбопромышленной отрасли в Бурят-Монгольской АССР был долгим и сложным. Действовавшие предприятия располагались в старых и ветхих помещениях, имели изношенное и малопроизводительное обо-

рудование. В 1930 г. в прибайкальских селах крестьянские хозяйства стали преобразовываться в рыболовецкие колхозы. Такие колхозы были созданы в селах Адамово, Макарино, Максимиха и Усть-Баргузин. Выловленную рыбу колхозы сдавали по договору в приемные пункты Усть-Баргузинского рыбозавода. В 1931 г. в Усть-Баргузине был простроен новый консервный завод. Выпуск консервов увеличился почти в 3 раза и составил в 1932 г. 819 тыс. условных банок [4]. В 1933 г. на основе консервного завода и рыбозавода был создан Усть-Баргузинский рыбокомбинат.

Создание Кабанского и Северобайкальского промысловых управлений стало мощным импульсом развития рыболовства и рыбопереработки на Байкале. Вместе с тем не все запланированные объекты рыбной отрасли были введены в эксплуатацию в связи с отдаленностью и бездорожьем, а также нехваткой квалифицированного персонала. В 1937 г. в состав вновь созданного Бурят-Монгольского рыбтреста вошел Горячинский рыбозавод, включавший рыбообрабатывающие цеха и пять стационарных рыбпункта, в т.ч. два на озере Байкале.

В целом, организация государственных рыбозаводов вместе с рыболовецкими колхозами позволила значительно увеличить вылов рыбы по республике в довоенные годы. Так, в 1940 году объем добычи рыбы увеличился на 20 % по сравнению с предыдущим (см. табл.1).

Таблица 1 – Вылов рыбы в озере Байкал и в прилегающих ему озерах в довоенный и военный периоды, в центнерах\*

№	Годы	Всего выловлено рыбы, в ц.	Из них омуля, в ц.	% вылова омуля
1	1938	77773	54952	71
2	1939	76832	47587	62
3	1940	96937	61848	64
4	1941	99846	66823	67
5	1942	144024	91339	63
6	1943	123099	80088	65
7	1944	88751	47540	53
8	1945	94829	47721	50

\* Составлено по материалам официальной статистики Востсибрыбвода и Гослова

В военное время в связи с нехваткой рабочей силы, встал вопрос о механизации основных процессов добычи и обработки рыбы. Были поставлены задачи по увеличению добычи рыбы и производству рыбопродукции, вследствие чего создавались новые рыбозаводы и внедрялись новые методы лова. В эти годы стали распространяться хищнические способы рыболовства, в т.ч. «хаповый лов», когда реки преграждались сетевыми ловушками во время нереста [5]. Наибольший объем вылова рыбы приходился на первый этап войны.

Вследствие вылова без ограничений и быстрого сокращения численности байкальского осетра в 1945 г. был введен запрет на его вылов, который действует по настоящее время.

С 1946-1962 годы промысловая нагрузка была сосредоточена на вылове байкальского омуля, что привело к резкому снижению популяции. С 1963 г. вылов омуля был ограничен, а в 1969 г. был введен запрет на его вылов. Незначительная добыча разрешалась только для рыбоводных целей, научных исследований и лимитированного лова в пределах двух тысяч центнеров.

Таблица 2 – Вылов рыбы в озере Байкал и прилегающих к нему озерах в послевоенный период, в центнерах

№	Годы	Всего выловлено рыбы, в ц.	Из них омуля, в ц.	% вылова омуля
1	1946	75044	42757	57
2	1948	95070	55037	58
3	1950	76814	43472	56
4	1952	94230	55440	59
5	1954	124163	73436	59
6	1955	80210	42306	52
7	1958	59021	35021	59
8	1961	45232	27011	60
9	1964	42921	19450	45
10	1967	37561	8462	22
11	1970	34077	4201	12

\* Составлено по материалам официальной статистики Байкалрыбвода и Гослова

По данным таблицы видна динамика объемов вылова рыбы, наибольший объем данного показателя приходился на 1954 г., а объем вылова омуля увеличился почти в полтора раза. На озеро Байкал приходилась подавляющая часть улова рыбы по Бурятии. В 1955 г. этот показатель составил 85 %.

Хотя, положение по вылову рыбы в послевоенные годы было неустойчивым, рыбная отрасль развивалась. Нарастивались темпы по оснащению новым оборудованием, совершенствованию технологических процессов, усилилась автоматизация и механизация производства. Большую роль в укреплении материально-технической базы рыбозаводов сыграл перенос предприятий и поселков из зоны затопления, связанный со строительством Иркутской ГЭС. Так, большинство основных зданий и сооружений было построено заново. В 1940-1960-е годы начались осуществляться широкомасштабные работы по акклиматизации и перевозкам ценных видов рыб.

После введения запрета на вылов омуля в 1969 г. рыбное хозяйство постепенно ушло в упадок. Рыбозаводы были вынуждены перейти на обработку океанического сырья, однако несмотря на все это план реализуемой рыбной продукции не снижался.

В 1982 г. был разрешён лимитированный лов омуля в пределах 20-25 тысяч центнеров под контролем Байкалрыбвода. Начал устанавливаться ежегодный лимит по районам промысла.

В начале перестройки плановые показатели по вылову рыбы выполнялись, однако в рыбной отрасли, как и по всей стране, назревал кризис. Вылов рыбы по

водоёмам республики к 1987 г. увеличился почти на 25 % по сравнению с 1985 г. Добыча рыбы увеличилась за счет вылова частичковых пород. С 1990 г. начались работы по искусственному получению икры озёрного сига, его инкубации и выращиванию. Рыбоводство в республике продолжало развиваться и совершенствоваться.

Уровень искусственного воспроизводства байкальского омуля увеличился на 35 %. Выпуск товарной продукции в 1990 г. составил 12772,8 тонн и в основном обеспечивался за счет поступления океанического полуфабриката.

Однако, ситуация с материально-техническим обеспечением рыбопромышленных предприятий постепенно начала ухудшаться и становилась критической. Начался процесс реорганизации предприятий, появились каналы незаконного лова и реализации рыбной продукции. К сожалению, многие предприятия и рыболовецкие колхозы не были готовы к работе в новых «рыночных» условиях.

Приватизация и акционирование государственных рыбозаводов негативно отразились на рыбной отрасли республики. В эти годы многие организации были реформированы или объявлены банкротами.

### **Список использованных источников**

1. Документация об участках Всемирного наследия (природные номинации). Комитет по всемирному наследию. XX очередная сессия 2–7 декабря 1996, Мерида, Мексика. [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.baikalcenter.ru/books/element.php?ID=97499> (дата обращения: 16.11.2021).

2. Гольдфарб С.И. Мир Байкала / С.И. Гольдфарб ; цв. фот. С. Григорьева. – Иркутск: Репроцентр А1, 2010. – С.120-125.

3. Постановление Совета народных комиссаров от 29.07.1930 «О пятилетнем плане рыбной промышленности Союза ССР» /Собрание законов и распоряжений Рабоче-Крестьянского Правительства СССР за 1930 год, стр. 717-720. [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.prlib.ru/item/366280> (дата обращения: 16.11.2021).

4. Голубая нива Бурятии / М-во сел. хоз-ва и продовольствия РБ ; [ред.-сост. Б. Б. Болотов]. - Улан-Удэ : Республиканская типография, 2001. - 144 с. : цв. ил. – (Библиотека крестьянина Бурятии).

5. Волков, Н. Путешествие по Байкалу. – 1958. – С. 37.

## **ANALYSIS OF FISHING INDUSTRY DEVELOPMENT IN BAIKAL**

**D.Z. Ubonova**

*FSBSI Buryat Scientific Center SB RAS, Department of Regional Economic Research,  
Ulan-Ude, Russia*

A retrospective analysis of the emergence and development of the fishing industry in the Republic of Buryatia is carried out. The indicators dynamics of fish catch and production of biological resources in the territories adjacent to Lake Baikal for dif-

ferent periods has been investigated. It was revealed, that the largest volume of fish catch fell on the war period.

**Key words:** fishing, economy, Republic of Buryatia, development of the region.

УДК 330.1

## АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПАНИЙ

А.В. Фенева, О.С. Клименко, М.А. Сапунова

*ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»,  
г. Ставрополь, Россия*

В данной статье производится рассмотрение прибыли и выручки от продаж агропромышленного комплекса за 2019-2020 гг., производится расчет показателя рентабельности продаж.

**Ключевые слова:** рентабельность продаж, агропромышленный комплекс, прибыль от продаж, выручка от продаж.

Исследование рентабельности продаж агропромышленных предприятий России выступает важным фактором, отражающим развитие бизнеса. Данный показатель способствует осуществлению контроля бизнес-процессов предприятия и помогает своевременно принять необходимые меры. Основной задачей статьи является выявление и исследование финансовых показателей, влияющих на динамику рентабельности продаж агропромышленного комплекса ООО «Русагро».

Финансовые показатели – набор показателей (коэффициентов), которые используются для исследования эффективности деятельности компании. Они отражают количественные показатели степени риска операций.

Финансовые показатели отражают размеры, состав, динамику и взаимосвязь общественных явлений и процессов, происходящих в области финансов, в их количественном и качественном состоянии.

Рентабельность необходимо исследовать, для того, чтобы ориентироваться на состояние предприятий и их возможностей в будущем. Цель анализа - познание составных частей, как элементов сложного, целого. Анализ осуществляется в целях извлечения максимальной прибыли из активов, капитала и кадрового потенциала, которым располагает организация. Рыночная конъюнктура ограничивает возможности извлечения прибыли, т.к. емкость рынка не безгранична, а конкуренция в сегменте возрастает с каждым годом [2]. Анализировать показатели прибыли и рентабельности необходимо для объективной оценки принимаемых решений.

За последние годы агрохолдинги получили развитие в разных регионах страны. Агропромышленный комплекс – это крупнейший межотраслевой ком-

плекс, деятельность которого направлена на производство и переработку сельскохозяйственного сырья и получения из него готовой продукции, которая поступит на продажу и, в конечном итоге, к покупателю. В деятельности агропромышленного комплекса России по данным на 2020 год занято около 35 % населения, которое работает в сфере материального производства. В аграрной сфере аккумулируется 25 % всех фондов производства – они составляют 15 % от ВВП РФ. Капитальные вложения в отечественный АПК находятся на уровне 10 %. В таблице представлена характеристика крупнейшего агрокомплекса России ООО «Русагро».

Таблица 1 – Характеристика агропредприятия

Показатели	ООО «Русагро»
Направления деятельности	Сахарный, мясной, масложировой, сельскохозяйственный сегмент.
Расположение активов	Приморский край, Белгородская область, Тамбовская область, Свердловская область, Самарский край, Саратовская область, Воронежская область, Курской и Орловской областях.
География продаж	ООО «Русагро» экспортирует готовую продукцию в 35 стран мира и 80 регионов России. Основные активы находятся в Приморском крае, Тамбовской, Свердловской, Белгородской, Воронежской, Курской, Самарской областях.

Согласно данным в таблице, можно сделать вывод, что, группа компаний ООО «Русагро» является крупнейшим вертикальным агрохолдингом России. Он занимает лидирующие позиции в производстве сахара, свиноводстве, растениеводстве и масложировом бизнесе.

Рассматривая деятельность агропредприятия, необходимо обратить внимание на показатель прибыльности и рассмотреть его подробнее.

«Рентабельность является относительным показателем, характеризующим размер прибыли, приходящейся на 1 руб. потребляемых ресурсов» [1].

Таблица 2 – Рентабельность продаж, млрд. руб.

Организация / Год	ООО Группа Компаний «Русагро»		
	2019	2020	2020 в % к 2019
Прибыль от продаж	20,0	32,0	160,0
Выручка от продаж	138,2	159,0	115,1

Согласно годовому отчету, можно сказать, что прибыль ООО «Русагро» от продаж в 2020 году показала лучшие в истории компании финансовые результаты. Несмотря на сложности, вызванные пандемией COVID-19, по сравнению с 2019 годом выручка выросла на 15,1 % – до 159,0 млрд. руб., а прибыль от продаж – на 60 %, составив 32,0 млрд. руб. Рост доходов стал возможен благодаря успехам в реализации стратегических приоритетов и благоприятной рыночной конъюнктуре, в частности положительной динамике цен на агропродовольственную продукцию в мире и девальвации рубля.

Рентабельность продаж - это финансовый показатель, используемый для расчета доли чистой прибыли в общем доходе, которую получает компания. Она показывает, величину прибыли на 1 руб. реализованной продукции. Коэффициент рентабельности продаж рассчитывается как [2]:

$$k^{p,P} = \frac{P^p}{N} * 100 \% , \quad (1)$$

где  $k^{p,P}$  – коэффициент рентабельности продаж,

$P^p$  – прибыль от продаж,

$N$  – выручка от продаж.

Таким образом, рентабельность продаж за 2019 год будет равна:

$$k^{p,P} = \frac{20,0}{138,2} * 100 \% = 14,5 \% \quad (2)$$

Таким образом, рентабельность продаж за 2020 год будет равна:

$$k^{p,P} = \frac{32,0}{159,0} * 100 \% = 20,1 \% \quad (3)$$

Коэффициент рентабельности продаж помогает контролировать развитие бизнеса и вовремя принимать меры, если эффективность снижается [3].

За рассматриваемый период рентабельность продаж увеличилась на 5,6 %. Рост показателя говорит об увеличении эффективности управления ресурсами. Высокая рентабельность продаж свидетельствует о том, что руководство предприятия внедряет прогрессивные методики работы с производственными мощностями.

Анализируя данные агропредприятия ООО «Русагро» был проведен анализ, для вычисления рентабельности продаж. Используя финансовые показатели данного предприятия, были произведены вычисления роста развития после пандемии. Можно заметить, что коэффициент рентабельности за рассматриваемый период увеличился. Это значит, что организация способна развиваться и получать большую прибыль даже в условиях нестабильной экономической ситуации.

### Список использованных источников

1. Финансовый анализ: учебник для студентов вузов по направлению «Экономика» / Д.А. Ендовицкий, Н. П. Любушин, Н. Э. Бабичева. - 4-е изд., перераб. – Москва: КНОРУС, 2021. – 304 с.

2. Кобелева, И.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций: учебное пособие / И.В. Кобелева, Н.С. Ивашина. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 256 с. – (Среднее профессиональное образование).

3. Подколзина, И.М., Сапунова М.А. Концептуальный подход к формированию универсальной системы обеспечения финансовой безопасности промышленной организации / Подколзина И.М., Сапунова М.А. // Управление бизнес-процессами в условиях формирования цифровой экономики: Сборник Научных Статей. – Ставрополь: АГРУС, 2019. – С. 334-338.

## ANALYSIS OF FINANCIAL PERFORMANCE INDICATORS OF AGRO-INDUSTRIAL COMPANIES

A.V. Feneva, O.S. Klimenko, M.A. Sapunova

*Stavropol State Agrarian University,  
Stavropol, Russia*

This article examines the profit and revenue from sales of the agro-industrial complex for 2019 - 2020, calculates the profitability of sales.

**Keywords:** profitability of sales, agro-industrial complex, profit from sales, revenue from sales.

УДК:658

## ВНЕШНЯЯ СРЕДА БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИИ

Я.А. Хадуева, Л.Х. Джабраилова

*ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова»,  
ФГБОУ ВО «Чеченский государственный педагогический университет»,  
г. Грозный, Россия*

Важнейшим условием успешной работы современного предприятия в сложной бизнес-среде является направление на установление конструктивных и взаимовыгодных отношений с различными социальными группами в рыночной и нерыночной среде. Одной из важных целей развития рыночной экономики является стратегическое планирование и прогнозирование хозяйственной деятельности предприятий, а также повышение экономической эффективности производства в сложной бизнес-среде.

**Ключевые слова:** эффективности производства, модель управления, бизнес-среда организации.

Процесс изучения внешней среды бизнес-организации, как важного фактора эффективности выдвигает такие актуальные задачи как выработка стратегии рыночной адаптации предприятия и относится к сложным процессам, требующим внимательного отслеживания происходящих во внешней среде процессов. Качественная оценка состояния системы влияния внутренних и внешних факторов на эффективность функционирования бизнес-среды организации, основанная на субъективных экспертных характеристиках ее элементов и процессов, является первой стадией анализа, позволяющей определить процессы, которые снижают общий уровень организации, могут выявить резервы роста эффективности деятельности за счет организационных факторов [1].



В конкретной ситуации на функционирование бизнес среды организации оказывает влияние большое число условий и факторов [2].

Факторы внешней среды в современных организациях, работающих в рыночных условиях, разделяют на две группы:

- прямого воздействия;
- косвенного воздействия.

В реалиях сегодняшнего времени экономическая нестабильность, динамичные изменения конкурентных условий создают обстановку, в которой компании, организации, предприятия должны постоянно оценивать и корректировать влияние внешних и внутренних факторов бизнес- среды на эффективность своей деятельности.

По-разному отражается влияние внешних факторов на изменении результативных показателей хозяйственной деятельности любой хозяйствующей организации.

«Внешние факторы косвенного воздействия, в отличие от прямого, имеют более сложную структуру, многоплановый характер, в меньшей мере испытывают влияние организации» [3].

Теоретические и методические подходы к оценке влияния внешних факторов внешней на деятельность определенной организации, как правило, основаны на использовании методов расстановки приоритетов и экспертных оценок [1].

Изучая вопросы возможностей воздействия организации на факторы внешней среды, следует отметить, что каждому фактору внешней среды ставится в соответствие количественная оценка, из которых, получается общая, интегральная оценка внешней среды.

Анализ внешней среды требует процесса формулирования стратегии адаптации организации к рынку и включает необходимость мониторинга процессов, происходящих во внешней среде, диагностики факторов и установления связей между ними и сильными и слабыми сторонами компании в сложных бизнес-процессах, а также повышения стратегической адаптируемости и возможность управления промышленными предприятиями.

Источники случайных факторов, влияющих на деятельность организации, бывают внутренние и внешние. Эти факторы могут выражаться в старении персонала, низкой квалификации, износе основных средств, инфляции и т. д. За счет устойчивого управления организацией можно исключить влияние внутренних источников, но внешние факторы в современных геополитических условиях не менее важны. Эффективность организационных операций в основном зависит от сил за пределами организации и во внешней среде.

Процесс развития бизнеса в современных условиях должен основываться на интенсификации производственных и управленческих процессов, что невозможно без инновационных преобразований, направленных на стимулирование развития предприятий или организаций. Двадцать лет назад переход к рыночным отношениям потребовал улучшения организации производства и управления на более низком уровне бизнеса [2].

Располагаемые предприятием ресурсы в каждом планируемом периоде ограничены и должны быть использованы рационально, с тем, чтобы обеспечить наиболее полное развитие производства. Это определяет необходимость соци-

ально-экономического отбора наиболее выгодных направлений капитальных вложений и новой техники.

Факторами повышения экономической эффективности являются, в последние годы, широко внедряемые на производствах, автоматизация и телемеханизация, которые ведут к сокращению трудоемкости и увеличению объема производства или оказанных услуг, в зависимости от направления деятельности современной организации.

Критерием эффективности производства выступает производство установленной планом продукции в заданном объеме, ассортименте и качестве с минимумом затрат, то есть достижение наибольших материальных результатов с наименьшими затратами.

Любые затраты на производство продукции, рабочей силы, предметов и средств труда, являются в конечном счете затратами общественного труда. Таким образом, повышение эффективности бизнеса выражается в росте производительности труда.

Центральным звеном рыночной экономики являются субъекты хозяйствования (организации, предприятия), которые с учетом внешней среды используют ограниченные ресурсы для принятия и реализации решений, а также выбирают решения для достижения желаемого конечного результата (целевая система).

В сочетании с указанным направлением повышения эффективности предприятий необходим анализ существующих экономических показателей для оценки уровня эффективности производственной и управленческой деятельности. На этой основе можно рассматривать формирование системы экономических показателей и использование нормативов имеющихся ресурсов. Работа предприятия в сложной бизнес-среде связана с реализацией целевой системы. Ее цель в основном состоит в повышении экономической эффективности производства, также ее цель - выпустить определенный стандартный продукт, реализовать производственные планы, основанные на использовании технологического потенциала, и удовлетворить сотрудников на предприятии и окружающую среду, также обеспечение здоровой среды обитания, что, в свою очередь, требует постановки технических, социальных и экологических целей.

Экономический эффект характеризуется снижением затрат на производство и увеличением производительности.

Социальное воздействие - это улучшение условий труда. Из-за сложности количественного измерения социальный эффект - это в основном качественная оценка. Технологический прогресс вызывает серьезные изменения в использовании сырья, увеличивая выпуск целевой и более качественной продукции. Внедрение новых, более производительных инструментов труда, развитие и широкое использование автоматизации и механизации производства могут значительно снизить стоимость жизни и труда с использованием этих методов.

На основе разработки системы показателей развития науки и технологий предприятия и оценки ее состояния, формулированы решения для исключения ряда проблем, ограничивающих рост производительности труда и усиливающих использование трудового потенциала предприятия, также следует сформулировать политику для эффективной работы предприятия в сложной бизнес-среде.

## Список использованных источников

1. Генкин, Б.М. О показателях эффективности и принципиальных схемах мотивации эффективной работы / Б.М. Генкин, М.И. Козлова // Вестник ИНЖЕКОНа. – Сер. Экономика. – 2019. – Вып. 4(5). – С. 3-9. 153.
2. Генкин, Б.М. О показателях эффективности и принципиальных схемах эффективной работы / Б.М. Генкин, М.И. Козлова // Вестник ИНЖЕКОНа. – Сер. Экономика. – 2018. – Вып. 4(5). – С. 3-9. 153.
3. Зайцев Н.Л. Экономика, организация и управление предприятием. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 455.

## EXTERNAL ENVIRONMENT OF A BUSINESS ORGANIZATION

**Ya.A. Khadueva, L.Kh. Dzhabrailova**

*FSBEI HE «Chechen State University named after A.A. Kadyrov»,  
FSBEI HE «Chechen State Pedagogical University»,  
Grozny, Russia*

The most important condition for the successful operation of a modern enterprise in a complex business environment is the direction to establish constructive and mutually beneficial relationships with various social groups in the market and non-market environment. One of the important goals of the development of a market economy is strategic planning and forecasting of economic activities of enterprises, as well as increasing the economic efficiency of production in a complex business environment.

**Keywords:** production efficiency, management model, business environment of the organization.

**УДК:35.078**

## СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА НАСЕЛЕНИЯ

**Я.А. Хадуева, К.Х. Ильясова**

*ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова»,  
ФГБОУ ВО «Чеченский государственный педагогический университет»,  
г. Грозный, Россия*

В стране отмечается резкая дифференциация доходов различных групп населения, при этом многие перешагнули черту бедности. Отрицательные воздействия на управление в сфере социальной защиты и социальной помощи населения играют огромную роль для всего государства в целом. Так, если в стране все слои населения будут защищены и обеспечены всем необходимым, то госу-

дарство будет процветать и развиваться. Разнообразные отрицательные социальные явления могут возникать как из-за мировых проблем, так и проблем местного значения. Это могут быть сложности во взаимосвязи денежных отношений и духовного развития, огромные разрывы между богатыми и бедными. Из этого следует, что большинство людей живут хуже, чем другие, вследствие чего создаётся фундамент для социальных разногласий.

**Ключевые слова:** социальное обеспечение населения, развития, структуру социальной политики.

Нетрудоспособные и социально уязвимые слои и группы населения полагают комплексом социальных услуг за счет государства, им гарантировано получение определенных законодательством льгот и пособий. Таким образом, формируются необходимые условия для их нормальной жизнедеятельности. «Существующее в настоящее время нормативное оформление государственной политики социального обеспечения реализуется преимущественно через системы и институты социальной поддержки и обеспечения. Но вместе с тем наблюдается ряд проблем ее организации и деятельности: недостаток финансирования, отсутствие проработанных государственных стандартов в области социальной поддержки, недостаточное нормативно- правовое и научно-методическое обеспечение» [1].

«Изучение регионального опыта развития социального обеспечения населения, осуществление мониторинга складывающейся в субъектах РФ системы социальной поддержки населения дает возможность определить наиболее эффективные модели системы социального обеспечения, для определения как путей расширения оказываемых услуг, так и с целью совершенствования действующих структур их социальной поддержки, действующих в отдельных регионах» [2]. Интерес к данным исследования обуславливается необходимостью повышения эффективности методов и форм организации социального обеспечения в современных изменяющихся и усложняющихся социально - экономических условиях.

«Структура государственного сектора состоит из множества систем, как социальная помощь населению» [1], сюда входят - центры социальной помощи, региональные и местные учреждения, которые регулируют это направление с точки зрения надзора и закона.

Главными недостатками, которые препятствуют эффективно предоставлять социальные услуги, являются слабое финансирование из бюджета РФ и противоречие нормативно-правовых актов на различных уровнях исполнительной власти.

При исследовании социальной политики были выявлены некоторые количественные показатели, которые говорят о том, что в Российской Федерации возрастает количество новых специализированных организаций, которые предоставляют слабозащищенным слоям населения социальные услуги.

Стоит заметить, что в отчётных документах органов исполнительной власти в области социальной защиты говорится, что в процессе развития всех сфер общественной жизни была создана абсолютно новая система менеджмента в рамках социальной защиты. Это система представляет собой вертикальную структуру, в которую входят подразделения нового типа, отличные от предше-

ствующих. Существуют и отрицательные стороны данных изменений: они различны, если сравнивать регионы РФ; не соответствуют запросам граждан.

Разработка и внедрение таких элементов социального обеспечения в наши дни в регионах Российской Федерации мешает определить порядок реализации процесса предоставления социальной помощи, из-за чего отсутствует полная картина функционирования данной системы. Всеми виной является недостаточность взаимодействия отдельных элементов социальной структуры. Также существует проблема неопределенности в распределении ресурсов между всеми участниками системы социального обслуживания.

Тем не менее мы все же применяем отдельные показатели. Вполне закономерным является то, что случились существенные перемены, которые затронули все стороны социальной помощи.

К главным направлениям социальной помощи и защиты для населения страны в регионах России относятся:

– для семей, у которых плохие условия для жизни, и если эти семьи имеют от трёх и более детей, то предлагают лучшие условия проживания;

– для населения страны, которое не имеет ресурсов для полноценного развития своей личности и жизни в целом, государство предлагает, денежные субсидии для улучшения своего домохозяйства и увеличения уровня доходов; – организацию вторичной занятости населения;

Разница между новыми и традиционными формами социальной защиты заключается в том, что они содействуют мотивации населения и являются неким стимулом на само обеспечение, также в наибольшей степени направлены на достижение результата и расширяют личностные ресурсы самого населения.

При всём том, что в Российской Федерации в недалеком прошлом проводилась реорганизация в нормативно – правовом обеспечении социальной политики, а также произошли изменения в структуре власти на трёх уровнях, данный сектор слабо развит и работает не эффективно, так как главная цель неполучения каких – либо количественных показателей, а сама реализация работы социальной политики. Все данные факты отрицательно воздействуют на будущее развитие социальной политики страны.

Все вышеуказанные данные являются результатом формирования современной системы социальной защиты на федеральном уровне, которые рассмотрены в динамическом аспекте.

Существует определения устойчивого финансирования любой семьи, что представляет из себя реализацию граждан своих законных интересов для полноценного и эффективного развития своей личности с помощью продажи или сдачи в аренду своего автомобиля или земельного участка, для того что удовлетворить свои материальные потребности и получить финансовую прибыль от данных манипуляций. Все эти факты говорят о том, что методика является специфической, которая реализовывалась на данной территории.

По содержанию все законные документы, которые регулируют политику социальной помощи, и защиты населения реализуются за денежные средства муниципальных бюджетов.

Возможно, несколько методов по предоставлению федеральной социальной защиты и оценка тех граждан, которым в первую очередь нужна социальная поддержка и защита:

– при исследовании количественных показателей создаются специальные группы граждан, которым необходима социальная помощь, при этом данная категория имеет все права на поддержку со стороны государства, независимо от финансового положения;

– социальную поддержку со стороны государства могут получить те категории граждан, которые не обладают достаточными ресурсами для полноценного функционирования во всех сферах жизнедеятельности общества;

– так из категорий граждан, у которых имеется достаточно средств для полноценного развития в обществе, отмечаются малочисленные группы населения, которым социальная поддержка необходима в первую очередь.

В процессе исследования документов, которые регулируют социальные взаимоотношения, было отмечено, что подходы, которые используются для выявления граждан, которым необходима помощь работают эффективно. Так в большинстве муниципалитетах все незащищённые слои населения получают помощь и поддержку в полной мере и своевременно.

### Список использованных источников

1. Гаврилов, В.П. Социальное развитие регионов России и его проблемы финансового обеспечения / В.П. Гаврилов // Аудит и финансовый анализ. – 2015. – № 4. – С. 446-451.

2. Ерусланова, Р.И. Технологии социального обслуживания лиц пожилого возраста и инвалидов на дому / Ерусланова Р.И. – Москва: Дашков и К, 2017. – 168 с.

## SOCIAL PROTECTION OF THE POPULATION

**Ya.A. Khadueva, K.Kh. Piyasova**

*FSBEI HE «Chechen State University named after A.A. Kadyrov»,  
FSBEI HE «Chechen State Pedagogical University»,  
Grozny, Russia*

There is a sharp differentiation in the incomes of various groups of the population in the country, while many have crossed the poverty line. The negative impacts on the management of social protection and social assistance of the population play a huge role for the entire state as a whole. So, if in the country all segments of the population are protected and provided with everything necessary, then the state will prosper and develop. A variety of negative social phenomena can arise from both global and local issues. These can be complexities in the relationship between monetary relations and spiritual development, huge gaps between rich and poor. It follows that most people live worse than others, which creates a foundation for social discord.

**Keywords:** social security of the population, development, structure of social policy.

## УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ МАЛОГО БИЗНЕСА

Я.А. Хадуева, К.Х. Ильясова

*ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова»,  
ФГБОУ ВО «Чеченский государственный педагогический университет»,  
г. Грозный, Россия*

Благодаря созданию научных и профессиональных групп в России успешно разработаны и внедрены методы управления рисками, целью которых является решение конкретных управленческих задач по выявлению, анализу, контролю и прогнозированию рисков; российские организации, ведущие бизнес на международном уровне, являются первыми. Данная статья очень актуальна, потому что она позволяет нам подробно рассмотреть важные аспекты науки менеджмента.

Поскольку современная и быстро меняющаяся экономическая среда требует от компаний принятия эффективных решений и постоянного мониторинга эффективности применяемых методов управления, этот вопрос в последнее время становится все более и более важным.

**Ключевые слова:** малые предприятия, эффективность, организационная структура, бизнес.

Организация малого бизнеса требует создания специальной организационной структуры, обеспечивающей выполнение бизнес-операций. Организационная структура малого бизнеса должна максимально соответствовать деталям и характеру выполняемых функций. Такой метод создания организационной структуры обеспечит наиболее эффективное управление бизнес-деятельностью.

Критериями отнесения предприятий к малому и среднему предпринимательству в большинстве стран являются количество занятых или объем оборота. Самоуправляемость таких предприятий зависит от формы собственности, а самофинансирование – от источников, обеспечивающих производственно-финансовую деятельность. «В то время как крупные предприниматели – чаще акционерные общества – сравнительно проще могут получать заемный капитал, для основания и развития МСП такой путь крайне затруднен» [1]. В качестве объекта исследования рассматривается процесс эффективной организации коммерческой деятельности в современных условиях российской экономики. Предметом исследования выпускной работы является выявление возможности предотвращения рисков коммерческой деятельности субъектов бизнеса. В коммерческой деятельности организаций малого бизнеса одной из доминирующих причин необходимости широкого использования экономических методов стало значительное усложнение, многовариативность форм бизнес-направлений, призывающей менеджеров к принятию оперативных решений регулярно возникающих производственных вопросов. Экономические методы оказывают содействие лицам, принимающим решения, в проявлении инициативы на основе материальной заинтересованности и способствуют принятию ими эффективных управленческих решений.

Значимым элементом эффективности малого бизнеса, финансовой устойчивости и конкурентоспособности является совершенствование системы управления рисками, которое основано на применении экономических методов, под которыми принято понимать совокупность средств и инструментов, целенаправленно воздействующих на создание благоприятных условий для функционирования и развитие бизнеса. Задачей внутрифирменного планирования является разработка текущего бюджета, прогнозного и стратегического бизнес-планов развития малого бизнеса.

Необходимость оценки экономической эффективности коммерческой деятельности малого бизнеса и пути хеджирования присущих ей рисков обуславливают актуальность данного исследования. Его целью является исследование концепции развития коммерческой деятельности, обоснованной методами экономического анализа.

Управление финансами призвано способствовать росту прибыли и улучшению прочих финансовых результатов, ускорению социально-экономического развития бизнеса, улучшению его взаимоотношения с бюджетом и повышению действенности финансового контроля над процессами воспроизводства. Цена, налоги и кредит, а также инновационное становление являются основными инструментами механизма управления бизнесом. На этапе составления бизнес-плана одним из важнейших вопросов, которыми ставится предпринимателем - выбор системы налогообложения.

Как видно из проведенного анализа, участник малого бизнеса имеет на выбор 4 варианта налогообложения.

«Обоснование необходимости стратегического развития самой компании, понимания её руководства и управленческих решений, повышения экономической эффективности может стать моделью для других компаний данного сектора экономики» [2].

Развитие структур малого бизнеса относится к числу важнейших направлений в деле роста занятости и доходов населения и, соответственно, его благосостояния. «К сфере малого бизнеса в развитых странах мира можно отнести примерно 70 % всех предпринимательских единиц в стране, но преобладающая часть ВВП и национального дохода государства приходится на долю крупного бизнеса» [1].

Важным инструментом управления рисками является построение хорошей маркетинговой системы, которая представляет собой анализ текущей ситуации и управление информационными ресурсами, необходимыми для принятия эффективных управленческих решений в области стратегического планирования, учета и контроля деятельности юридического лица. предоставлять.

Поэтому в современных рыночных условиях одним из важнейших факторов эффективности малого бизнеса, финансовой устойчивости и конкурентоспособности его деятельности является совершенствование системы управления рисками на основе рационального использования экономических методов.

Все это является основой для рассмотрения вопросов экономической безопасности в форме публичного права с точки зрения инструментов оценки, а также механизмом управления и снижения рисков экономической безопасности субъектов Российской Федерации.



Оценка и анализ динамики макроэкономических показателей регионального экономического развития и степени влияния факторов являются основой для совершенствования механизма управления снижением рисков региональной экономической безопасности и формирования комплекса мер по обеспечению устойчивого и стабильного развития региональной экономической системы.

За счет создания научных и профессиональных групп Россия в настоящее время успешно разрабатывает, внедряет и методы снижения рисков, целью которых является решение конкретных управленческих задач по выявлению, анализу, контролю и прогнозированию рисков в организациях. Организации, которые применяют зарубежные методы управления рисками для своих менеджеров, также внедряют систематические корпоративные методы управления рисками.

Важность исследования методов минимизации рисков малого бизнеса заключается в том, что это влияет на экономические выгоды потребителей (с гибкими ценами, кредитными продуктами и другими дополнительными услугами), с одной стороны, и на персонал организаций малого бизнеса, и с другой стороны (с помощью системы заработной платы, участия в прибылях и других экономических средств для создания эффективного механизма ведения бизнеса).

Интерес ученых к формированию, развитию и эффективным решениям задач управления рисками и снижения рисков в малом бизнесе определяет их глубокое исследование. Однако исследований по следующим аспектам пока недостаточно, а именно: формализация цикличности развития инновационного процесса, которое позволяет проводить сравнительную оценку затрат, факторный анализ и анализ ресурса-эффективности возможностей развития малого бизнеса.

#### **Список использованных источников**

1. Генкин, Б.М. О показателях эффективности и принципиальных схемах мотивации эффективной работы / Б.М. Генкин, М.И. Козлова // Вестник ИНЖЕКОНА. – Сер. Экономика. – 2014. – Вып. 4(5). – С. 3-9.
2. Грузинов, В.П. Управление рисками. – Москва: Софит, 2016. – 296 с.

#### **SMALL BUSINESS RISK MANAGEMENT**

**Ya.A. Khadueva, K.Kh. Ilyasova**

*FSBEI HE «Chechen State University named after A.A. Kadyrov»,  
FSBEI HE «Chechen State Pedagogical University»,  
Grozny, Russia*

Thanks to the creation of scientific and professional groups in Russia, risk management methods have been successfully developed and implemented, the purpose of which is to solve specific management tasks for identifying, analyzing, controlling and predicting risks; Russian organizations doing business internationally are the first. This article is very relevant because it allows us to look in detail at important aspects of the science of management. Since the modern and rapidly changing economic environment requires companies to make effective decisions and constantly monitor the effectiveness of the applied management methods, this issue has recently become more and more important.

**Keywords:** small businesses, efficiency, organizational structure, business.

## ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА НА ПРИМЕРЕ Г. МИРНЫЙ

М.Д. Хайдарова<sup>1</sup>

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

В данной статье раскрываются возможности развития гостиничного бизнеса и особенности его организации, рассматриваются особенности и тенденции современного развития отечественного гостиничного сервиса, проблемы данной области, а также методы их решения.

**Ключевые слова:** туристико-гостиничные комплексы, инфраструктура индустрии гостеприимства, гостиница, региональный гостиничный рынок, гостиничный бизнес, туризм, гостиничная индустрия, туристический бизнес.

Туристическо-гостиничный бизнес относится к сервису т.е. обслуживанию бытовых нужд населения – сфере экономики, производящей блага, полезный эффект которых проявляется в самом процессе их создания.

В настоящее время все большую долю в ВВП занимает сфера услуг и гостиничный бизнес как ее важнейший элемент. В связи с большой трудоемкостью, имеющей место в гостиничной индустрии, в ней занято большое количество трудоспособного населения во многих странах.

В данный момент времени в гостиничной отрасли России идет целый ряд процессов, способных существенно повлиять на ее развитие, например:

1. Высокие объёмы туристских потоков, а также их качественный состав предъявляют соответствующие требования к российским гостиницам. Туристы, в свою очередь, владея большим количеством информации о туристических услугах, способны принимать взвешенные, обдуманые решения об их приобретении.

2. Рынок персонала (персонал гостиниц) обусловлен такими факторами: у людей поменялось отношение к работе в отеле. К людям постепенно приходит понимание, что работа в гостинице – это тяжелый, низкооплачиваемый труд. Следствием данного процесса становится высокая текучесть кадров в индустрии гостевого сервиса.

3. Обостряется конкуренция на рынке как между мировыми игроками отрасли, так и между отечественными и зарубежными цепями. В такой ситуации конкурентоспособность гостиницы во многом будет определяться наличием производственного опыта, обеспечивающего соответствие инфраструктуры предприятия общемировой практике.

Предоставление жилья и бытовых услуг является спутником передвижений человека в местах, которые он посещает. Там, где появляется потребность

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

(спрос), находится и возможность обеспечения (удовлетворение спроса) в соответствии с условиями и традициями времени.

Деятельность туристическо-гостиничного бизнеса имеет и многие нерешенные проблемы: нехватка кадров, недостаточный уровень их подготовленности, невозможность удовлетворять растущую потребность в услугах там, где имеются для этого условия.

Проблема конкурентоспособности на российском рынке гостеприимства стоит достаточно остро, поскольку отечественные предприятия не являются конкурентоспособными по многим показателям. Так, например качество гостиничных услуг и уровень сервиса зачастую остается очень низким (по сравнению с зарубежными предприятиями).

Невозможность правильно оценить изменения потребностей клиентов и выбрать соответствующую стратегию приводит к ошибкам в управлении, ухудшению финансового состояния, снижению конкурентоспособности, а иногда и к банкротству.

Туристическо-гостиничное обслуживание – неотъемлемая часть инфраструктуры регионов – отличается неравномерным развитием, неодинаковым природно-ресурсным потенциалом, различным уровнем социально-экономической обеспеченности, особенностями и различиями в туристических ресурсах и инфраструктуре.

Особенности развития гостиничного сектора в регионах с низкой туристической привлекательности значительно отличаются от регионов с высоким уровнем данного показателя эти особенности связаны с количеством туристов посещающих регион, наличием популярных мест отдыха, удобной транспортной инфраструктурой и т.д.

Республика Саха (Якутия) - самый крупный регион России, с высоким уровнем природно-ресурсного экономического потенциала.

Город Мирный – столица алмазного края, являющаяся центром Мирнинского района. Жизнь города связана с наличием открытой в 1955 году кимберлитовой трубки «МИР» и активной добычей алмазов.

По уровню предоставляемых услуг и сегменту рынка все гостиницы города можно разделить на четыре типа:

1. Современные бизнес-отели – занимают около 6 % рынка гостиничных услуг Мирного и ориентируются в основном на бизнес-туристов.

2. Мини-отели – составляют порядка 8 % рынка гостиничных услуг города и ориентируются на различные категории клиентов. Располагаются, как правило, в непредназначенных для гостиниц зданиях, зачастую занимают один или несколько этажей в жилом доме.

3. Гостиница квартирного типа – занимают около 80 % рынка гостиничных услуг Мирного. Целевая аудитория – компании работающие вахтовым методом, группы туристов, студенты, спортсмены и пр. Частично номерной фонд этих гостиниц обновлен, но уровень обслуживания по-прежнему остается средним;

4. Общежития гостиничного типа – составляют порядка 6 % гостиничного рынка города. Эти гостиницы отличаются изношенным номерным фондом, отсутствием элементарных удобств и дополнительных услуг, зачастую и плохим

обслуживанием. В реальности они не отвечают требованиям, предъявляемым к гостиницам, и являются общежитиями гостиничного типа.

Аренда апартаментов – активно развивающийся сегмент гостиничного рынка услуг. Выгодные условия аренды элитного жилья создают конкуренцию рынку гостиничных услуг. Сдаваемые квартиры повышенной комфортности вполне соответствуют 4-5-звездочным гостиничным номерам: евроремонт, мебель хорошего качества, бытовая техника, «теплые полы», услуги горничной. Многие масштабные организации и крупные предприятия давно являются основными арендаторами подобного жилья, осознав бесспорные преимущества содержания престижной квартиры перед постоянными расходами на проживание гостей в местных отелях. Основными арендаторами апартаментов являются организации – они создают более 85 % спроса.

Несмотря на высокий темп развития гостиничного бизнеса в г. Мирный рассмотренные типы гостиничных услуг представляют собой особые конкурентные группы, внутри которых идёт борьба за потребителя.

Основная проблема заключается в том, что в городе растет число современных апартаментов и гостиницы «советского» типа не выдерживают конкуренции. Хотя, владельцы данного типа гостиниц стремятся к обновлению материально-технической базы (переоснащение номерного фонда, ремонт зданий), но этих мер на сегодняшний день недостаточно.

В результате рассмотрения вопросов конкурентоспособности можно отметить, что важнейшими факторами, которые обеспечивают конкурентные позиции гостиничных предприятий, являются качество и цена услуг.

Помимо мероприятий, направленных на снижение затрат и повышение качества гостиничных услуг, необходимо осуществлять деятельность, направленную на создание и поддержание необходимого имиджа (гостиницы, гостевого дома, хостела, отеля), стимулирование спроса, формирование круга лояльных потребителей и другие активные действия. Помимо всего вышеупомянутого необходимо помнить, что главным фактором, формирующим конкурентоспособный уровень предприятия, является качество продукции.

В г. Мирном ситуация складывается таким образом, что при среднем уровне сервиса совершенно неразумно продумано ценообразование, поэтому цены на услуги такие же как в самых крупных городах России, а иногда даже и выше. Таким образом, анализируя полученные данные, можно сделать вывод, что развитие гостиничных предприятий представляет собой сложный и трудоемкий процесс, сопровождающийся многочисленными проблемами, встречающимися на его пути. При этом развитие гостиничного сервиса в регионе будет приносить экономический эффект, а также решать проблемы отдыха граждан.

#### **Список использованных источников**

1. «Гостиничный бизнес. Мини-гостиницы» // Мин-во по делам предпринимательства и развития туризма РС (Я), Гос. бюджетное учреждение «Центр поддержки предпринимательства РС (Я)». – 2016.
2. Андреа Пфлегер. «Отель. Как выстроить дело с нуля до пяти звезд» // 2008.
3. Тамара Жданова, Д.Л. Бикташева. Менеджмент в туризме. – 2006.

4. Шанаурина, Ю.В. Нормативно-правовое регулирование в гостиничном сервисе. – 2013.

5. Алексей Мусакин. Малый отель: С чего начать, как преуспеть. Советы владельцам и управляющим. – 2007.

## **FEATURES OF THE ORGANIZATION OF A HOTEL SERVICE ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF MIRNY**

**M.D. Khaidarova**

*FSBEI HE «St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article reveals the possibilities for the development of hotel service in this area, as well as methods for their solution.

**Key words:** tourist - hotel complexes, infrastructure of the hospitality industry, hotel, regional hotel market, hotel business, tourism, hotel industry, tourism business.

**УДК 338**

## **ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ**

**М.Д. Хайдарова<sup>1</sup>**

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

В статье рассматриваются особенности ведения бизнеса в индустрии красоты. Изучаются риски, которым подвержены организации индустрии красоты, особенности конкуренции в этой сфере, а также преимущества данной отрасли предпринимательства.

**Ключевые слова:** салон красоты, индустрия красоты, салонные услуги, косметология, косметические услуги, парикмахер, имиджевые услуги.

На сегодняшний день рынок салонных услуг переполнен большим количеством салонов красоты, которые всеми силами пытаются быть конкурентоспособными на данном рынке. Согласно статистическим данным приблизительно 65 % салонов закрываются или же продаются в течение первых трех лет. Многие салоны, которые существуют на рынке более трех лет и имеют чистую прибыль практически равную нулю.

Самой главной целью и вообще смыслом существования любого салона красоты является предоставление качественной услуги. Эффективнее будет, ес-

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

ли салон будет предоставлять одну, но более качественную услугу по приемлемой цене, нежели в салоне будет большое количество услуг, которые будут низкого качества обслуживания и высокой стоимостью. Довольно часто новички салонного бизнеса не могут найти хороших, квалифицированных мастеров. Именно поэтому бизнес заканчивается, еще не начавшись.

Перед открытием салона красоты стоит проанализировать местоположение данного пространства. Это необходимо сделать для того, чтобы в дальнейшем заведение не стало убыточным, особенно в случае открытия с нуля. В районе, где проживают люди с низким достатком, не выгодно открывать салон высокого класса обслуживания, и, наоборот, в районе, где проживают люди с высоким уровнем достатка, не будет пользоваться спросом салон низкого класса. В следующую очередь нужно подумать о концепции заведения. Иными словами, определить какие услуги будут предложены в салоне, их уровень и класс, сколько мастеров понадобится. Если проигнорировать эту информацию, то можно открыть бюджетное заведение в районе, где люди привыкли к услугам, предоставляемым по высшему разряду, или наоборот.

Открытие салона красоты начинается с регистрации предприятия. Юридически оформить свой бизнес можно двумя способами. Зарегистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя или создать общество с ограниченной ответственностью. После получения свидетельства о государственной регистрации предприятия, необходимо постановка на учет в налоговой службе, для отчисления налогов.

Лицензия на открытие салона красоты не нужна, если в ассортимент услуг не будут входить медицинские – косметологические процедуры. В противном случае салону необходимо оформить лицензию. Оборудование для салона должно быть сертифицированным. Также все материалы должны иметь паспорта или сертификаты. Можно использовать только то оборудование, которое разрешено Минздравом. Необходимо иметь на все оборудование договора, на гарантийное обслуживание и после гарантийное обслуживание. Персонал салона красоты, который оказывает косметические или не лицензированные услуги, должен окончить соответствующие курсы и получить соответствующий сертификат. Другие требования к мастерам салона красоты не предъявляются. Намного строже дело обстоит с косметологией. Только врач дерматолог может быть принят на должность врач – косметолог, и обязан иметь специализацию «терапевтическая косметология».

Медицинские услуги представляют собой косметические услуги, при выполнении которых требуется наличие медицинской лицензии. Это прописано в квалификационных правилах.

Если у вас грамотное ценообразование, согласно ценовому сегменту салона/клиники, то снижать цены на основные услуги бессмысленно. При высоком ценообразовании снижается количество клиентов, при крайне низком – бессмысленно открывать салон, работать он будет в минус.

Стоит отметить, что салонный бизнес достаточно твердо переносит кризис. Одним из главных преимуществ бизнеса в индустрии красоты является его стабильность и стрессоустойчивость. Салоны красоты, предлагающие качественные услуги и высокий уровень обслуживания пользуются большим спросом у потребителя. Также важную роль в успехе заведения, прежде всего, играет наличие наработанной клиентской базы. Доверие клиента главное преимущество успешного бизнеса.

В настоящее время среди салонов красоты ведётся очень сильная конкуренция. Это приводит к тому, что слабые, новые, неквалифицированные предприниматели покидают рынок услуг. В деле остаются заведения с качественным сервисом и высокими стандартами. От уровня сервиса и атмосферы в заведении напрямую зависит величина прибыли. Если собственник должным образом не контролирует работу персонала, высока вероятность допустить своевольное поведение сотрудников, в худшем случае высок риск разориться. Собственник и управляющий совместными усилиями должны правильно организовать время и выстроить работу так, чтобы взаимоотношения в коллективе были дружескими.

Сотрудники, наработавшие клиентов, оказывают салонные - косметические услуги на дому, таким образом переманивают клиентов у владельца. Это выгодно как специалистам, так и потребителям. Кроме того, работники воруют расходные материалы, записывают далеко не все оказанные услуги. Всё это в очень короткий срок разорит бизнес.

Можно подумать, что для открытия студии красоты не требуется специальных знаний, достаточно опыта ведения бизнеса. Однако владельцы данного бизнеса утверждают, что нужно понимать специфику, иначе есть большой риск потерпеть неудачу.

Бизнес в сфере салона красоты окупается в период от 1 года до 2,5 лет – это довольно хороший показатель. Одна парикмахерская с правильным и должным уровнем управления приносит хорошую прибыль. В дальнейшем можно развить дело до уровня городской сети заведений, что значительно увеличит доходы.

Преимущества ведения бизнеса в индустрии красоты:

Возможность открытия бизнеса с минимальным бюджетом. Шанс нарастить обороты, как за счет улучшения качества, так и за счет введения новых услуг. Рынок салонных услуг имеет тенденцию к стремительному росту. В среднем рынок салонных услуг растет на 20 % ежегодно. Интерес к косметическим процедурам повышается вместе с уровнем жизни людей.

Недостатки ведения бизнеса в индустрии красоты:

Безусловно, большая конкуренция, которая напрямую зависит от местоположения. При низком потоке клиентов чистая прибыль будет достигать нуля, именно потому, что нужно произвести закупку необходимых расходных материалов, оплатить аренду помещения, коммунальные услуги и обеспечить заработную плату сотрудникам. Подводя итоги, следует отметить, что бизнес в данной сфере, безусловно, рискованный. Открыть свой собственный салон красоты – дело затратное, хлопотное, но все же интересное. Судите сами: в основном от опыта владельца зависит, увеличит ли он свои вложения в несколько раз или, наоборот, потеряет все. Этот бизнес способен помимо всего прочего приносить не только финансовое удовлетворение, но и моральное в том числе. Открыть своё дело может каждый, главное приложить к этому немного усилий и души. В крайнем случае, любое предпринимательство – это всегда риск.

### **Список использованных источников**

1. Эрик Рис // Бизнес с нуля, 2011.
2. Ширикова, И. // Бизнес в индустрии красоты. Пособие для, блондинок, чайников и не только, 2018.
3. Хаккет, М. // Бренд, навсегда изменивший индустрию красоты, 2021.

4. Аморузо, С. // *Girlboss. Как я создала миллионный бизнес, не имея денег, офиса и высшего образования*, 2019.

5. Владислав Вавилов // *Качественный сервис. 36 правил обслуживания клиентов в салоне красоты и фитнес-центре*, 2019.

6. Батырев, М. // *Сложные подчиненные. Практика российских руководителей*, 2020.

7. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // *Дневник науки*. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).

8. Леонов, С.А. Влияние миссии компании на организацию внутренних бизнес-процессов // *Дневник науки*. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).

## FEATURES OF DOING BUSINESS IN THE BEAUTY INDUSTRY

**M.D. Khaidarova**

*FSBEI HE «St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

The article discusses the features of doing business in the beauty industry. The risks to which organizations of the beauty industry are exposed, the peculiarities of competition in this area, as well as the advantages of this branch of entrepreneurship are studied.

**Key words:** beauty salon, beauty industry, salon services, cosmetology, beauty services, hairdresser, image services.

**УДК 330.131.7**

## КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ФОРЕКС И ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

**К.С. Хвалёв**

*Казанский кооперативный институт (филиал)  
Российского университета кооперации,  
г. Казань, Россия*

В статье акцентированно внимание на социальном непонимание проблемы, что, если убрать трейдинг из страны, то от финансовых интервенций ничего не спасёт. Завуалирован акцент, что в стране не создан институт власти способный защитить государство и простых людей с этой стороны, что валютные и тарифные войны – это осцилляторы «горячей стадии» противостояния, поскольку насилие – это последний шанс у проигравшей стороны. Рассмотрено, что суще-



стует острая нужда в технологиях для ведения финансовых войн, а внедрение финансового инструмента по захвату экономических ниш уже не является вопросом времени, а вопросом времени является – кто быстрее «мы» или «они».

**Ключевые слова:** финансовые рынки, форекс, финансовый рейд, трейдинг, компьютерные технологии, экономические ниши, торговые паттерны, цикличность рынков, экономическая безопасность.

На сайте РБК 21 февраля 2019, 09:54 была опубликована статья – «ЦБ предложил закрыть населению доступ к рынку форекс» [1]. Суть статьи сводилась к тому, что только квалифицированные инвесторы могут иметь доступ к данному рынку – это первое, второе – «Регулятор» планирует сокращения отношения депозита к конкретному лоту, т.е. кредитного плеча (далее КП) до 1:30, (на момент написания статьи КП у брокеров может достигать по отдельным инструментам 1:1000), и третье – согласно законопроекту, внесенным в Государственную думу в конце 2018г. о градации частных инвесторов – физические лица будут относиться к первой группе «особо защищённые неквалифицированные» со всеми вытекающими из этого ограничениями. «Официальная версия», что спровоцировал на данные действия ЦБ – факт минимального процента зарабатывающих на сделках рынка форекс (менее 30 %), т.к. согласно исследованиям – медианный игрок на данном рынке, за девять месяцев работы, теряет все свои вложенные в торговлю средства [2]. Проявление столь явного человеколюбия от самого критикуемого института власти за последние несколько лет не могло остаться незамеченным и данную статью растиражировали на своих страничках в социальных сетях известные экономисты, блоггеры и просто не равнодушный к данной тематике относительно «простой люд». Семена данной информации упали на благодатную почву и проросли множеством комментариев, в основном позитивных (из серии – «давно пора»), т.к. из-за свободного доступа к данной торговле, агрессивной рекламе таргетированную на прямые нужды индивида и лёгкой возможности слукавить «псевдо-брокерам», из-за отсутствия прямого надзора государства за данной деятельностью – очень многие люди потеряли все вложенные деньги. Что при КП 1:1000 можно сделать меньше чем за час активного трейда, поскольку психика просто не способна справиться с таким количеством гормонов выбрасываемых в кровь трейдера, т.к. после первого успеха приходит понимание, что свой первый миллион долларов можно уже сделать за одни сутки торговли. В качестве иллюстрации можно рассмотреть известный случай, широко обсуждаемый в СМИ в 2016г., потери простым казанцем в момент торговли за два часа свыше 9 миллионов рублей, а всего за эти два часа он провёл на бирже сделок с валютой на 42 миллиарда рублей [3]. Трейдинг настолько захватил его, что он вообще, с его слов, плохо воспринимал, что происходит вокруг; этот случай хорошо показывает все «дыры» данного направления экономики РФ. Не только законодательные, но самое главное – образовательные, да и просто просветительские, поскольку до сих пор люди живут по «лекалам советского общества» где финансовая грамотность не столько хромает, сколько отсутствует вовсе. Что до самого «героя - трейдера», то для него хоть это и было сильным ударом, но не достаточным, чтобы он бросил трейдинг, т.к. согласно статье о нём в РБК от 29.04.2020г. он продолжает инвестировать, но уже в крипто валюту [4]. Данный случай хоть и вопиющий по своей сумме по-

ть, но если посмотреть через призму процентов, то всё, как у всех – кто сколько смог, тот столько и вложил, кто сколько вложил, тот столько и потерял, а потери естественно вопиют к одобрению в комментариях на просторах «рунета» в поддержку действиям «Регулятора». Но были, хоть и очень мало, комментарии иной направленности, которые только отчасти поддерживали действия ЦБ, т.к. в основной своей массе говорили, что при исполнении данных действий «Регулятора» в полном объёме приведет, как минимум к возможности говорить на переговорах с нашей страной с позиции силы, а как максимум – к потере безопасности нашей страны! И данные комментарии не безосновательны, поскольку в долгосрочном видении получается, что трейдеров специально выдавливают из страны, т.к. если действительно хотели бы «неразумных» людей обезопасить, то просто запретили бы устанавливать КП выше 1:25, т.к. любой трейдер знает, что КП выше 1:10 это прямой путь к банкротству. Человек сейчас сам волен выбирать с каким кредитным плечом ему работать и, если ему хочется работать 1:500 или 1:1000 – это его выбор, а следовательно – его проблемы. Быть камикадзе – тоже выбор, как и быть «геем» или «нормальным мужиком». Одни умеют брать на себя ответственность за риск и нести это бремя, а другие хотят прибылей «халявских», а бремя риска чтобы несло государство. Форекс – это возможность зарабатывать, а на «халяву» денег не бывает, здесь тоже нужно учиться, читать учебники и специализированные журналы, обсуждать идеи на форумах, дружить со специалистами и перенимать их опыт. При запрещении форекса людям перекрывают ещё одну возможность зарабатывать своим интеллектом без начального стартового капитала и в качестве примера можно взять Ричарда Денниса – успешного трейдера и создателя эксперимента «Путь черепах». Он дал уверенность будущему поколению в том, что стать успешным может каждый, было бы желание и готовность много работать (очень много работать) ради достижения цели.

Интересные факты:

- его отец был уборщиком;
- в 17 лет Ричард работал посыльным в зале на бирже СМЕ и зарабатывал неплохие для того времени деньги – 1,6\$ в час;
- будущему миллионеру пришлось занимать деньги у отца и брата на первый депозит, который составил 400 долларов;
- в 25 лет заработал свой первый миллион;
- в «черный понедельник» биржевого краха 1987 года личные потери финансиста составили 10 миллионов долларов США;
- к 2000-му году общая сумма капитала Ричарда Денниса превысила отметку в 300 миллионов долларов.

Ричард Деннис говорил:

*«Залог успеха – самодисциплина. Это справедливо в любой игре. Знание правил игры – это необходимое условие для успеха, но недостаточное. Выигрывает тот, кто одолел самого себя!»*

Ричард Деннис, как и большинство трейдеров – начинал с нуля. Если с подачи ЦБ примут 400 тыс. руб., как обязательный депозит или тому подобное ограничения, то большинство талантливых людей просто туда не зайдут или зайдут, но через другую страну – в итоге наша страна останется в начале без их налогов, а потом и без их светлых голов, как говорится – что сеяли, то и пожни-

нать будем. И с заявлениями политиков и иже с ними, что форекс это большая лотерея или мега-казино согласится можно, но только частично, т.к. «лотерея» сразу заканчивается, как появляются знания о предмете торговли, потом начинается самая обычная и рутинная работа(торговля). Цены на рынке движутся всего в двух направлениях – либо вверх, либо вниз, поэтому пока человек не сможет спрогнозировать разворот – вся «движня» на рынке для него будет это просто ставка на удачу, как в казино, но только в разы выгодней, т.к. на рынке всего два варианта(вверх/вниз), а вот в казино – минимум с десятков, про лотерею, вообще обсуждение вести нет смысла – один шанс на сотню тысяч. Поэтому то «халявщики», любители скорой наживы, да и просто лоботрясы такой толпой устремились на финансовые рынки, а финансовое образование – это такое же образование, как и все остальные, ему тоже нужно обучаться минимум пять лет, без этого разворота рынка будут, как китайская грамота. Уважаемый многими Михаил Леонидович Хазин, смог, как экономист, за несколько лет до начала, спрогнозировать крупный разворот рынка, с бычьего на медвежий, данный разворот сейчас носит название «Мировой кризис», но для трейдеров это всего лишь разворот на «крупном графике», но, когда он это делал, его тоже никто не слышал (трейдеры, как узкопрофильные специалисты, в счёт не берутся), так и голос специалистов по рынку форекс сейчас остаётся не услышанным. На заявление, что нам форекс в стране не нужен, т.к. основные выгодополучатели – это хозяева торговых площадок на которых происходят основные трейды согласится опять можно только от части, поскольку здесь нужно сделать акцент на том, что простой человек, имеющий доступ к интернету – может «раскрутиться» без стартового капитала! Просто читая книги по трейдингу и параллельно участвуя в конкурсах на «демо-счетах» с реальными призовыми деньгами, которые потом можно использовать в качестве стартового депозита. Логика простая – не выиграл конкурс – нет «живых денег», нет «живых денег» – не готов к реальной торговле. Не готов к торговле – незачем лезть и брать на себя риск. Это как в тренажёрном зале – если ты слабый – незачем ложиться под штангу за 100 кг. – травмируешься, тренируйся с тем, что по силам, со временем придёт и большой рабочий вес, следовательно, будет больше гипертрофия мышц. Как и рост мышц, так рост депозита – зависят исключительно от применения знаний и 80 % – это знания технического анализа, а по нему литературы более сотни томов, на любой вкус! Нужно просто – читать! И всё. Ближе к пятому тому начнёт приходить собственное понимание рынка, собственное видение, своя картина мира и ключевых трендов в нём, т.к. главное правило трейдинга – всегда следуй за большим игроком. А сейчас возможность «подняться» с помощью своего интеллекта простому человеку хотят прикрыть! И вот здесь мы подходим к главной проблеме, а проблема эта – экономическая безопасность нашей страны! Вот один из примеров валютных войн [5]: *«22 февраля 2019 Китай обвалил австралийскую валюту. Австралийский доллар упал с уровня выше \$0,7200 до уровня ниже \$0,7100 после сообщений о том, что в крупном порту Китая запретили импорт угля из Австралии. Таможенная служба в китайском порту Далянь запретила импорт австралийского угля с февраля и «ограничит общий импорт угля из всех источников до конца 2019 года на уровне 12 млн тонн», пишет агентство Reuters», об этом сообщает «Рамблер».*

Взять в бою вражеский меч – ценилось во все времена и уважалось обоими сторонами конфликта. Меч – это инструмент в военном деле, как гаечный ключ в слесарном. Меняются времена – меняются и войны, а, следовательно, меняются и инструменты войны и методы её ведения, остаётся не изменой только её суть, её конечная цель, а конечная цель любой войны (если отбросить репарации и контрибуции) – насаждение собственной/лояльной администрации на завоёванной территории для получения «долгосрочной ренты» победителями с побеждённых. Сейчас XXI век, следовательно, изменилось вообще всё! И методы ведения войны тоже. Все знают истории, как молодой Дж. Сорос «сугубо индивидуально» обвал британский фунт, так что прекратили торги и закрыли на время биржу, а про африканского короля, приговорившего его к смерти за подобные «шалости» с его нац. валютой – можно даже не рассматривать. А теперь представьте(гипотетически) усиленный взвод трейдеров-профессионалов, разбросанный по всей стране или «политической карте», а в запланированный час «Ч» объединяющихся в единый организм и действующих по заранее разработанному плану. В качестве иллюстрации плана можно взять классическую «шахматную забастовку» – трейдеры могут действовать так же, следовательно, приостановка торгов на бирже атакуемой страны ни от чего не спасёт, а даже наоборот усилит их «интервенцию». Экономический эффект будет сравним с ударом атомной бомбы, а если нет разницы, то зачем платить больше? Добыча и обогащение урана, плюс средства доставки – дорогое удовольствие – это раз, а два – сам «дорогуший» заряд теряется безвозвратно, тогда как трейдеры всегда в строю и всегда взаимозаменяемые. И вот именно этого «оружия» и хотят лишить нашу страну. Не будет взаимозаменяемых «профи» любящих свою страну и живущих в ней – не будет и защиты с этой стороны, как голой пяткой против штыка много не навоюешь, так и здесь – мастерство трейдинга оттачивается годами, да – это сложно, но всё же реально. Если с резюмировать всё сказанное, то получается, что выдавить трейдеров из страны не сложно – сложно будет пытаться на танке на биржевую площадку заехать, т.к. данная машина для этого не предназначена, а другого варианта противодействия финансовым интервенциям, да и просто финансовым рейдам у страны может и не оказаться.

Есть такое крылатое выражение, что генералы готовятся не к будущей войне, а к позапрошлой и если углубляться в этот вопрос, то со многим можно согласиться, т.к. в век высоких технологий представить себе воздушные армады для ковровых бомбардировок или клинья «стальных монстров» под индивидуальным управлением человеком каждой машины уже очень сложно. Поскольку это уже никому не нужно, ведь во главу угла поставлено не уничтожение противника, а его закабаление, как минимум, а как максимум – порабощение. А рыбы должны быть живыми, здоровыми, в здравом уме и рассудке, обладающими навыками или компетенциями – в этом их ценность. Поскольку все великие империи создавались именно дешёвой рабской силой и новыми технологиями, растущими из неё. Для подтверждения этого достаточно вспомнить крылатое выражение «глыбы философии», отца основателя алгоритма всей западной цивилизации – Аристотеля, о том, что – чтобы человеку быть свободным нужно иметь несколько рабов. Сразу напрашивается аналогия с «Третьим рейхом», которая показывает, что за всю свою много вековую историю западная цивилизация, так ни чего нового не только не создала, но даже не пыталась. Дальше гибрида «Леван-

тийской торговли» с «Гевтонской экспансией на восток» силы коллективной мысли «западной цивилизации» не хватило, но хоть пришло понимание, что единственно где уничтожение допускается, т.е. приносит большой профит – это иная, конкурирующая система социума. Если рассмотреть через эту призму все великие войны не давнего прошлого, начиная с «Наполеоновских» и заканчивая «Гитлеровскими», то именно вторжение в контур, а самое главное – длительное нахождения внутри чуждой системы хозяйствования и социальных отношений выявили тонкие места системы агрессоров, следовательно, где тонко – там и порвалось. Часть «западной элиты» сделала правильные выводы и уже следующая война, именуемая в народе – «холодной», принесла хорошие профиты её бенефициарам. Не было вторжения в контур советской системы, а было вхождение в контур её управления, была работа с советской, управленческой элитой. Одно только выражение Джорджа Буша младшего, что развал СССР помог им решить проблему с физиками и математиками уже говорит об очень многом, как иллюстрация – проект HAARP 1997г. в США и многофункциональный радиокomплекс Сура построен в 1963 г. в СССР. Оба этих проекта предназначенный для изучения ионосферы, что открывает возможность для экспериментов над погодой просто нагревая излучением маленькой части ионосферы. Следовательно – не было бы развала СССР, не было бы потери технологий, не было бы потери технологий – не было бы в США проекта HAARP в 1997г. и так во всём. Тёплый климат от Гольфстрима подарил «западной системе» перенаселённость территории со всеми вытекающими. Одно из которых – это закалённость элит из-за нахождения в хроническом состоянии конкурентных войн. Тогда как изобилие ресурсов на нашей территории и практически невозможность полноценной экспансии девять месяце в году из-за погоды дали нашей элите избалованность, граничащую с наивностью, частью которой является не понимание, что только одно может быть важнее оружия – его технология, которую знает только создатель, т.к. именно владение секретом технологии даёт конкурентное преимущество. У «западной элиты» все виды технологий «поставлены во главу угла». Именно на этом принципе появились все тайные общества средневековья, начиная с «ремесленного цеха» жёстко охраняющего технологию производства от всех, включая конкурентов, заканчивая «масонами и иже с ними» с их уровнями и градусами посвящения, т.е. по мере подготовки «сотрудника» – знания, обставленные ритуалами посвящения. Хроническое состояние конкурентных войн в «западной системе» с младенчества приучало и выводило на уровень социальных инстинктов понимание, что любые войны требуют и ресурсов, и денег и гибридные войны тому не исключения. Катастрофическая потеря технологий нашей страной при развале СССР привели нашу элиту и весь народ в её лице на уровень просящей и заискивающей перед «западом», как системой и такая ситуация уже не в первый раз в истории нашей страны, видимо история ни чему не учит нашу правящую элиту – раз пренебрежение технологиями переходят из поколения в поколение, а ведь именно это всегда ослабевало защищённость нашей страны во все времена, как пример – швейные машинки «Зингер». В «Царской России» не было технологии производства подобных изделий. В итоге по всей стране мелкой сетью раскинулись точки по ремонту данных механизмов, что да-

ло Кайзеровской Германии ничем не ограниченный и абсолютно легальный доступ к сбору информации и легендированию своей разведки. Чуть более тоньше действовали Британцы, официально их разведка создана в 1909г., до этого они прекрасно обходились без этого государственного института, т.к. вся разведка была частная, корнями уходившая в банковские структуры, следовательно – технологии сбора информации и разведки были поставлены на поток. Данный промах и ему подобные все элиты и во все времена исправляли, как обычно – реками народной крови, но когда правящие круги делали ставку именно на технологии, то как по волшебству из абсолютного нуля вырастали империи. Как пример – на обнищавшей из-за контрибуций, репараций и навязанных ограничений земле послевоенной Германии технологии IG Farben [6] вырастили «Третий рейх» или «шарашки» Л.П. Берии» [7] задавшие тренд роста «Красной империи» от «базы», истерзанной Первой мировой и революционной бурей страной – именно их наследие до сих пор защищает нашу страну. Иллюстрирует это хорошо, как война в Югослави, которая принесла не только запланированные «профиты» её бенефициарам, но и позор научной и промышленной базе США. Когда морально устаревшее средство ПВО, произведённое ещё в СССР в 1999г. сбilo самый наукоёмкий, военный самолёт США [8] (кадры веселящихся детей на острове крыла – облетели весь мир). Так и первый спутник, запущенный СССР, технологии которого не только обнулили затраты на строительство и содержание баз тяжёлых, стратегический бомбардировщиков вокруг границ СССР, но и положили конец комфорту недостижимости США от вынужденных военных контрдействий СССР, что в свою очередь сделало не возможным ведение переговоров с советской элитой с позиции силы. Из приведённых примеров видно, что прогресс технологий прямо колеруется с идеологией, идущей от местных элит. Если элиты придерживаются «торгашеской идеологии», где всё заточено (включая прогресс) на получение максимальной прибыли, то силы науки направлены только на это, но вот если элиты придерживаются «идеологии прогресса», то прибыль уже служит инструментом, а не конечной целью и идёт она на развитие, а оно без фундаментальной научной базы – невозможно. «Идеологию прогресса» хорошо описал в своих художественных произведениях советский писатель, учёный-палеонтолог, доктор биологических наук, профессор – Иван Антонович Ефремов [9], она понятна любому школьнику, в любой стране мира и её разделяют многие учёные, т.к. именно она даёт свободу для «научного манёвра» и точки для научного прорыва, которые из-за узости коммерческих технических заданий или грантов просто не видны при доминанте «идеологии прибыли». Из сказанного выше следует, что современные войны плавно перемещаются из ниши «захвата территории» в нишу «захвата рынков», где отсутствуют государства и народы, как таковые, а присутствует только управляемая масса потребителей. Следовательно, с местной элитой будет разговор только с позиции силы, но в узком, ключевом сегменте задающим начало цепочки добавленной стоимости, а такое возможно только при обладании новыми технологиями с постоянно изменяющимся алгоритмом действия, делающим не возможной кражу данной технологии. Для наглядности, можно рассмотреть это на создании технологии применить которую можно в валютных войнах. Как пример рассмотрим валютную па-

ру евро/фунт – на время написания статьи цена в районе 0,87. Гипотетически представим, что это точка бифуркации и прогноз об падении на 0,77 или росту до 0,97 к началу зимы 2021г. показывает движение на 10 000 pip., а это 100 % на любой вложенный капитал, т.е. при торговом депозите в 100\$ с минимальным кредитным плечом 1:10 и при минимальной ставке в один цент на «pips» даст при закрытии сделки прибыль 120-130\$. «Затратив 0,01\$» из «депозитной подушки» в 100\$ для получения 120-130\$ прибыли рискованной инвестицией это назвать очень сложно. Следовательно, без рискованная прибыль, уходящая за 100 %, меньше чем за полгода и включённая в любую длинную цепочку добавленной стоимости по определению уничтожает конкурентов с освобождением занимаемой ими ниши. Монополизация рынка идет как бы естественным путём, без объявления тарифных или валютных войн. Следовательно, можно прогнозировать какая из властных групп(семей) будет ослаблена в конкретный промежуток времени, что даёт «сто очков форы» на переговорах, назначенных заранее на это время, что в свою очередь опускает «ядерный шантаж и иже с ним» на уровень «детского лепета из песочницы». На первый взгляд, на лицо провокация «западного мира» на «технологический рывок» в политических науках, но это только на первый взгляд, т.к. произошедшее будет выглядеть, как действие «невидимой руки рынка» по Адаму Смиту. Для простоты понимания можно рассмотреть влияние котировки Британского фунта на стоимость акций ОАО «Северсталь», т.к. основные торги происходят на двух Московских и четырёх Лондонских биржах, то движение валютной пары (как пример) евро/фунт – вниз коррелируется движением акции в Москве – вверх, т.е. фунт подорожал – подорожали и акции и наоборот, хоть движение и не большое, но оно присутствует, причем с лагом до нескольких часов, что даёт «уйму времени» для принятия торгового решения не только торговому роботу, но даже и «пьяному инвестору». Включение большинства данных движений в общую систему торгов практически «сведёт на нет» любой «печатающий денежный станок» в любой стране. Подобные системы уже существуют и разрабатывались они в нашей стране для нужд министерства обороны, просто необходимо вычленения из них одного из множества алгоритмов и его адаптация с военного применения под применения для нужд работы на рынке.

Для примера можно взять самые известные системы, разработанные в СССР и РФ, такие как:

– «Интегрированный оборонно–наступательный океаническо–сухопутно–космический комплекс» – разработка 1960-х гг. в сфере военно–космических технологий коллектива под руководством В. Н. Челомея в ОКБ-52 [10];

– «Система «Периметр»» (индекс УРВ РВСН – 15Э601), в Западной Европе и США известна как англ. Dead Hand, буквально «Мёртвая рука» [11];

– МР-123-02/3 «Багира», универсальная система управления огнем корабельной артиллерии [12].

Данные системы не испытывают человеческих эмоций и им нет разницы между командой на выстрел, пуск ракет или на открытие торгового ордера, они не устают и не мечтают о повышении, они идеальные исполнители. К жизни их вызвали быстро изменяющаяся картина современного боя и нарастающие по

экспоненте сложность вооружения, необходимость автоматизации и быстродействие подсистем с увеличивающейся сложностью обработки поступающей информации для реального воспроизведения обстановки и передачи нарастающего объёма данных в оба конца. Поэтому и перевести их на рельсы «агрессивного трейдинга» не составит ни особого труда, ни затрат, а вот прибыль от них может быть, как минимум по цене авианосца. Если очень обобщённо, то выглядит это будет примерно так – торговые паттерны, сутью которых является цикличность рынков переводятся на язык системы, как основные цели, в зависимости от величины паттерна система выбирает размер лота и при первой же точке входа открывает позицию покупки или продажи актива. Всего основных торговых паттернов 13 штук, восемь основных и пять вспомогательных, для наглядности можно сравнить с октавой на пианино, где восемь белых клавиш и пять чёрных, плюс их фрактальность от низкого до высокого регистра состоящая из более чем 80 клавиш, как комбинации из этих клавиш создаёт музыку, так и комбинация торговых паттернов создаст тактическое действие системы для текущих трейдов. Даже если допустить, что «мелодию» паттернов смог кто-то или что-то записать – это не даст ни каких результатов, поскольку система, как гениальный композитор, сочиняет на каждый трейд, что-то новое, поэтому сама технология «агрессивного трейдинга» останется вне понимания, а следовательно – невидимой. Как и боевые системы взаимодействуют с живой силой и техникой противника, так и торговая система будет взаимодействовать с живыми трейдерами, их «торговыми ботами», но во взаимодействии своём будет учитывать специфику атакуемой организации, как аналоговой системы противника.

Любой курсант правоохранительных ВУЗов знает, что легче всего вычисляются организации, поэтому описанную выше технологию можно начать создавать на базе закрытых научных городков, сохранившихся со времён СССР или, как пример, на базе «Иннополиса» в РТ. Поскольку это отдельно стоящая территориальная единица, «под завязку» заполненная «айтишниками». Следовательно, любой «чужак» будет здесь, «как на ладони», а разработчики–трейдеры естественно растворятся в общей массе «компьютерных гениев» и разработчиков программных продуктов. Собрать «по-тихому» группу разработчиков не одну пятилетку успешно работающих на форекс тоже не составит труда. Все успешные трейдеры на территории нашей страны в деньгах не нуждаются, но вот пустоту души, появившуюся от падение «Красной империи» или позорной капитуляции в «Холодной войне» заполнить захочет каждый, поскольку все мы родом из советского детства, где синяки и шишки, Юрий Гагарин и научная фантастика, принятие в октябрята и клятва пионера, сбор металлолома и самодельная обложка для учебника – были вкладом в общее дело страны, а не отдельно взятой корпорации, пусть и очень крупной, хоть и понималось это где-то в глубине сознания, но понималось каждым. Аннексия Крыма и «русская весна», общий эмоциональный подъём всей страны – тому доказательственной базой. В плюс к этому сама Республика Татарстан сумевшая сохранить часть оборонных предприятий со времён СССР, т.к. авиация, флот и лёгкая бронетехника до сих пор обслуживаются на её предприятиях, следовательно, научная база не была ото-



рвана от производства ни на один день лихолетья 90-х, и использовать её задел можно будет естественным путём, не привлекая излишнего внимания.

В конце хочется акцентировать внимание, что только разработка собственных технологий на каждый вызов внешнего, постоянно изменяющегося мира и форекс, как пример, даст нашей стране, нашей элите, нашему многонациональному народу свободу и независимость, которая так близка любому российскому по имперски-мыслящему человеку, т.к. если технологию разработаем не мы, то её разработают и применят против нас и проект Илона Маска по изучению Марса, тому иллюстрация. В советские времена вопрос о высадке на марс на прямую никогда не ставился, т.к. считался в народе лишь вопросом времени, а вот вопрос кто первые «мы» или «они» – обсуждался очень горячо не только в закрытых КБ, но и в обычных советских разговорах на кухне. Поэтому вопрос о появлении данной системы хоть не обсуждается так же горячо в социуме, но он тоже вопрос времени и также с уточнением «у нас» или «у них». После появление данной системы у любой из сторон, жизнь простых людей изменится сильнее, чем после первого полёта в космос, поскольку она задаст новые направления, как в науке, так и в технологиях, спровоцирует новые отношения в социумах, как пример – видеосвязь, позволяющая работать удалённо появилась от соединения персональных ЭВМ с интернетом и способствовала ещё большей «атомизации» общества, теперь к одиночеству в социуме не стремятся, теперь это для социума проблема. Или как пример направление в экономической науке – экономическая безопасность, после появления системы «скрытых финансовых рейдов» (далее «СФР») большая часть современных на сегодняшний день рабочих систем и образовательных программ морально устареет, поскольку перестанут давать ответы на вопросы поставленными действующими реалиями текущей жизни. Следовательно, кто будет владеть началом данных технологический цепочек, спровоцированных к жизни системой «СФР», тот соберёт не только все преференции от них, но войдёт в ограниченное число «мировой элиты». Как персонаж Артура Конан Дойля профессор Мориарти был не столько против Британской империи, сколько в своё удовольствие пользовался ею как инструментом, так и система «СФР» не противопоставляет себя мировым финансовым институтам, а использует их архитектуру в качестве инструмента на благо государства Российского или организации ею владеющей, поэтому вопрос у кого первого «у нас» или «у них» – остаётся открытым. Скептически настроенным людям хочется задать вопрос – почему страна, построившая первую космическую станцию, имеющая развитую фундаментальную науку, выдержавшую лихолетья 90-х, на финансовых площадках не может «бить супостата его же собственным оружием»? Полученный ими ответ покажет им же всю несостоятельность их скепсиса.

### **Список использованных источников**

1. «ЦБ предложил закрыть населению доступ к рынку форекс»  
[https://www.rbc.ru/finances/21/02/2019/5c6e47c59a79471913ea12d6?from=from\\_main](https://www.rbc.ru/finances/21/02/2019/5c6e47c59a79471913ea12d6?from=from_main)

2. Мырзин Константин Сергеевич, Ильина Татьяна Геннадьевна Результативность частного трейдинга на Форекс в России и США // ПУФ. 2015. №1 (17). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rezultativnost-chastnogo-treydinga-na-foreks-v-rossii-i-ssha>.
3. «Жена трейдера грозит разводом после проигрыша ее наследства на 6 млн» <https://www.bfm.ru/news/314645>
4. «В 2016-м трейдер из Казани потерял 15 млн. Теперь он покупает биткоин» <https://quote.rbc.ru/news/article/5ea99bc69a79475540ad0b9e>
5. «Китай обвалил австралийскую валюту» [https://finance.rambler.ru/markets/41765516/?utm\\_content=finance\\_media&utm\\_medium=read\\_more&utm\\_source=copylink](https://finance.rambler.ru/markets/41765516/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink).
6. «IG\_Farben» [https://ru.wikipedia.org/wiki/IG\\_Farben](https://ru.wikipedia.org/wiki/IG_Farben)
7. «Шарашка» <https://ru.wikipedia.org/wiki/Шарашка>.
8. «Крушение бомбардировщика F-117 под Буджановцами» [https://ru.wikipedia.org/wiki/Крушение\\_бомбардировщика\\_F-117\\_под\\_Буджановцами](https://ru.wikipedia.org/wiki/Крушение_бомбардировщика_F-117_под_Буджановцами).
9. Ефремов Иван Антонович [https://ru.wikipedia.org/wiki/Ефремов,\\_Иван\\_Антонович](https://ru.wikipedia.org/wiki/Ефремов,_Иван_Антонович)
10. «Интегрированный оборонно-наступательный океаническо-сухопутно-космический комплекс» [https://ru.wikipedia.org/wiki/Интегрированный\\_оборонно-наступательный\\_океаническо-сухопутно-космический\\_комплекс](https://ru.wikipedia.org/wiki/Интегрированный_оборонно-наступательный_океаническо-сухопутно-космический_комплекс)
11. «Система\_»Периметр»»[https://ru.wikipedia.org/wiki/Система\\_»Периметр»»](https://ru.wikipedia.org/wiki/Система_»Периметр»»).
12. «MP-123-02/3 «Багира»» [https://ru.wikipedia.org/wiki/MP-123-02/3\\_\(радиолокационная\\_станция\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/MP-123-02/3_(радиолокационная_станция)).

## COMPUTER TECHNOLOGIES, FOREX AND FINANCIAL MARKETS FOR RUSSIA'S ECONOMIC SECURITY

**K.S. Khvalev**

*Kazan Cooperative Institute (branch) of the Russian University of Cooperation,  
Kazan, Russia*

The article focuses on the social misunderstanding of the problem that if you remove trading from the country, nothing will save you from financial interventions. The veiled emphasis is that the country has not created an institution of power capable of protecting the state and ordinary people from this side, that currency and tariff wars are oscillators of the "hot stage" of confrontation, since violence is the last chance for the losing side. It is considered that there is an urgent need for technologies for conducting financial wars, and the introduction of a financial instrument to capture economic niches is no longer a matter of time, but a matter of time is who is faster "we" or "they".

**Keywords:** financial markets, forex, financial raid, trading, computer technologies, economic niches, trading patterns.

## СИСТЕМА «СКРЫТЫХ ФИНАНСОВЫХ РЕЙДОВ» КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

**К.С. Хвалёв**

*Казанский кооперативный институт (филиал)  
Российского университета кооперации,  
г. Казань, Россия*

В статье предложены основные моменты и алгоритмы по созданию инструмента для ведения «финансовых войн» на основе кибернетики, компьютерных технологий, взаимодействия человека и социума, с регулярными примерами для простоты понимания.

**Ключевые слова:** Финансовые рынки, форекс, финансовый рейд, трейдинг, кибернетические системы, компьютерные технологии, экономические ниши, горизонтальная иерархия, экономическая безопасность

Всем известны выражения: «корень политики – экономика», «штыки – последний довод королей» и «насилие – последний шанс для проигравших», глубина данных народных мудростей поражает все поколения их читающих, т.к. задаёт ширину для индивидуального анализа. Резюме же анализа бывает у всех одинаковое – обычной войне всегда предшествует финансовая. Какие баталии, такое и оружие, как инструмент для решения боевых задач. Следовательно, у финансовых войн существуют свои технологии создающие свой инструментарий и чем он разнообразней, тем больше задач можно решить. Эволюционирует мир – эволюционирует и инструментарий, т.е. создаётся постоянно что-то новое на место устаревшего, а раз на Россию накладывают санкции и банки с крупным бизнесом до сих пор не появляются в Крыму, напрашивается неутешительный вывод – в стране отсутствует инструмент, отвечающий реалиям текущей финансовой войны. Как генеральное сражение решает исход обычной войны, так и создаваемый кризис решает исход финансового противостояния. Но чтобы создать кризис у супостата нужна не видимая ему технология и система, взаимодействующая с его системой, выводящей из строя механизмы управления. Для простоты понимания нужно начать с азов, а описать это проще на языке кибернетики. Поскольку только в этой науке изучают законы систем управления и их универсальность. Только здесь все природные системы, всё их многообразие распределены по наглядным схемам, которые не сложно изучить любому желающему. Поэтому именно на этой базе и стало возможным не просто создать технические комплексы со сложной управленческой архитектурой, но и создать в них системы «искусственного интеллекта» для автономной работы без вмешательства человека. Поскольку система будет «атаковать» механизмы управления «не дружественных» государственных институтов и частных организаций где очень высока степень человеческого фактора, т.к. именно просчёт человеческого фактора и делает систему не видимой, а технологию – уникальной. Поэтому ключевая идея этой технологии в том, что все системы в живой природе –

управляемы. Поскольку вся природа состоит из множества видов биологических объектов, в каждом из которых априори заложен механизм управления, позволяющий не только выжить, но комфортно существовать и доминировать при первой же возможности. Отвечать на все вызовы окружающей среды, её изменения, совершенствуясь с течением времени, эволюционируя из поколения в поколение и на данный момент самый высший уровень развития этого механизма сейчас у человека. Совершенствуясь в обработке, передаче и хранению информации из года в год и предавая всё самое лучшее из поколения в поколение центральная нервная система человека с головным мозгом во главе (далее ЦНС) стала на данный момент самым совершенным механизмом по управлению и защите живого существа и вклад данного органа управления в окружающий нас урбанистический мир сложно переоценить. В особенности сейчас – когда успехи в компьютерной технике так впечатляют, что уже не останавливаются на «внешнем мозге» (гаджет, который иногда, «чисто» по инерции ещё и как телефон используем), а создают своё направление в культуре и фильмы в стиле «киберпанк», как иллюстрация. Но в их основе, в глубине всегда заложен «человеческий гений», деятельность его мозга. Древняя игра – шахматы переложённая на язык ЭВМ и с «искусственным интеллектом» в качестве противника сейчас способна обыгрывать чемпионов мира, но программу её, её основной алгоритм – писал человек! «Кодить» сейчас так же модно и «круто», как раньше с помощью кулаков «асфальт на районе делить». Альфа-самцы нового времени крепчают не в спортивных, а в компьютерных клубах, да и сами «клубы» переместились из подвалов домов «советских качалок» на зарубежные(!) сервера, т.к. теперь бескрайний интернет их территория, которую они будут делить в ближайшем будущем. В связи с этим необходимо понять какой алгоритм работы у «бортового компьютера» современного человека, как он работает? Для этого можно рассмотреть самый простой случай из серии – «обожгась на молоке, подули и на чашечку». А можно и её проще – «дотронулись до горячего утюга – помахали ручкой», т.е. переведя на язык кибернетики получаем – ЦНС человека, как субъект получила данные от тела, как объекта, при чём рецепторы и нервы стали здесь выступать, как каналы связи, где общий массив данных нёс информацию о наличии источника боли, т.е. о том, что в окружающей безопасной среде произошли резкие изменения. Обработав данные ЦНС человека, как субъект управления по каналам связи спустило распоряжение телу, как объекту управления на устранение фактора угрозы жизни в будущем и дискомфорта в настоящем и только приняв данную команду тело – совершило действие (помахало ручкой), т.е. акцент в данном типе управления был направлен на самосохранение, его обеспечение. И если на амёбу капнуть кислотой, то можно увидеть тот же принцип управления, поскольку «простейшее» продемонстрирует ту же реакцию. Следовательно, раз самое «сложное» и самое «простейшее» демонстрируют одинаковый принцип управления, то эта константа характерна для всех живущих организмов. Поскольку все биологические объекты ищут максимального комфорта жизни и размножения. Так или иначе, но их действия направлены на удаление от дискомфортных условий среды, что сразу вспоминается мудрость из древнекитайской философии – «рыба ищет, где глубже, а человек, где лучше, и никого не надо этому учить». Но «бортовой компьютер» человека находится на самом вершине эволюционной спирали. Поэтому, чтобы понять его работу нужно по данной

спирали шаг за шагом подниматься от простейших организмов. Так с каждым шагом будет проявляться всё точнее и чётче — самоорганизация, как ещё один принцип управления, т.е. продолжая тему «утюга» – индивид во второй раз просто поостережётся ещё раз прикоснуться к его металлическим, нагревающимся деталям. И переводя всё это на язык кибернетики получаем – ЦНС, как субъект управления получила от глаз данные о потенциальной угрозе, т.е. от рецепторов по каналам связи пришла информация о наличии предмета с которым связан прошлый негативный опыт. Поскольку предмет в непосредственной близости, то субъект управления (ЦНС) задействуя те же каналы связи передаёт команду телу, как объекту управления на совершение действий, исключающих предыдущий негативный опыт и тело, совершает движение, со стороны, кажущиеся рефлексорным, из чего следует, что управление по данному типу завязано на само развитие. На возникающие вопросы из серии «почему» – сразу запрашиваются выводы, содержащие ответ. Раз тело, как объект управления усложняет свою реакцию, на те или иные объекты, или внешнее воздействие провоцирующие различные виды раздражения, то это означает, что ЦНС (субъект управления) самое первое что делает – это информацию: получает, обрабатывает, накапливает, обновляет, хранит; второе – «мониторит» состояние, как тела (объекта управления), так и внешней среды, воздействующей на него; третье – постоянно сверяет поступающие данные от тела и внешней среды с накопленной ранее информацией. Резюмируя получаем, что не только человек имеет данный тип управления, но по нему функционируют и подавляющее большинство высших животных, поскольку реакция, вызванная от непосредственного контакта с внешним раздражителем переходит на – упреждающие движения тела, как объекта управления, только при наличии команд от ЦНС, как субъекта управления, сами же команды рождаются от систематического сбора данных и обработки информации с направлением на максимальную эффективность своего функционала в живой природе, а поскольку все саморазвивающиеся системы действуют так же, то следует вывод, что схема данного алгоритма является – универсальной! А раз схема универсальна, то применение в социальных системах отдельно взятого государства или социума в целом, да и просто отдельно взятого коллектива фонда или траст-национальной корпорации даст легко читаемый след, оставляемый ими не только на валютных, но и в целом на финансовых рынках.

Для простоты понимания лучше рассмотреть это на примере гипотетически «атакуемой организации» (далее «АО»). Как тело, являющееся объектом управления, непосредственно соприкасается с окружающей её средой, так и в «АО» с окружающей средой, а именно рынком соприкасаются управляемые сотрудники – «исполнители», т.к. они являются здесь объектом управления, т.н. «телом». Как тело человека состоит из разных органов и членов различных по своему функционалу, так и «тело» «АО» состоит из сотрудников, наделённых конкретными обязанностями, но все вместе они – «исполнители», объект управления. Субъектом же управления в «АО», его «мозгом», его «ЦНС» будут выступать имеющие более высокий в иерархии статус сотрудники, несущие на себе бремя принятия решений, т.н. «управляющие» или «вершители», т.к. от их решений зависит, как судьба «исполнителей», так и судьба «АО», а осознанно «вершить судьбу» значит испытывать колоссальный стресс на психику. Поэтому длительное воздействие стресса на психику сотрудников «АО» по всей вертика-

ли иерархии было взято в качестве одного из столпов описываемой системы «скрытых финансовых рейдов» (далее «СФР»). И так. На плечи «исполнителей», как объекта управления давит двойной груз стресса. Первый (ключевой!) – от взаимодействия с рынком, т.е. от контакта «тела» со «средой его окружающей» и её непосредственного воздействия на него. Второй – от взаимодействия с субъектом управления – «вершителями», распоряжения или команды которых обязательны к исполнению, т.е. принуждают к определённым действиям или типам реагирования. Следовательно, если система «СФР» искусственно создаёт перегруз любой составляющей давящего их стресса, то механизм «АО» начинает терять «свои винтики», т.е. у «тела» начинают «заболевать» или отказывать отдельные «органы» или «члены», что автоматически создаёт перегруз на «здоровые» «члены» или «органы». Поэтому гибель «АО» или освобождению ею занятой ниши в конкретном государстве просто вопрос времени, т.к. максимальный горизонт планирования, который показывает рабочий проект системы «СФР» на стационарном компьютере с загрузкой данных из «торгового терминала МТ4» по отдельным торговым инструментам достигает 120 лет.

Важным моментом здесь является ещё и иерархия алгоритма управления. В системе «СФР» она горизонтальная, т.е. как в псовой стае кто лучше разбирается в данном моменте, тот и главный. А вот в «АО» она испокон веков, привычная всем – вертикальная, т.е. «вершители», как субъект управления за действуя каналы связи собирают и аккумулирует данные о текущем состоянии «исполнителей». После анализа информации передают «исполнителям» управленческие команды, но не на прямую, а за действуя канал через «органы управления». Благодаря этому «исполнители», как объект управления могут использовать данные накопленные всей системой в целом, всю информацию о предыдущих опытах, полученных навыков, все знания «АО» «с верху до низу», т.е. спускаемая с вершин иерархии информация в виде распоряжения проходит руководителей высшего и среднего звена (органы управления), получает дополнительную полноту и манёвренность удобную для понимания на более низших уровнях, а после соединения с текущими данными имеющимися у «исполнителей», как объекта управления, превращается в конкурентное преимущество, полнота использования которого уже зависит от многих факторов. Исходя из этого система «СФР» одной из основных своих целей всегда держит именно «исполнителей» – иллюстрацией здесь может послужить гипотетический именитый спортсмен-боксёр, у которого разбиты костяшки пальцев, т.е. весь его навык, сила мышц и опыт резко потеряли в стоимости, т.к. на ринг с такой травмой он уже никогда не выйдет, да и просто тренироваться не сможет; так и с «АО» – потеря ключевых «исполнителей» обнуляет не только все достижения «вершителей», но всей системы в целом. Сама же система «СФР» благодаря своей горизонтальной(!) иерархии для системы с вертикальной(!) иерархией остаётся не видимой. Для простоты понимания нужно разобрать типы управления в вертикальной иерархии, чтобы не уходить в детали рассмотрим – два основных.

Первый это когда у «АО» «голодные годы», т.е. когда необходим максимальный результат при минимуме издержек и скудости ресурсов. Поэтому интересы дела ставятся во главу угла спланивая коллектив акцентом на запланированном результате. Поэтому «вершители», как субъект управления дают максимум допустимого самоуправления «исполнителям», как объекту управления до-

вольствуясь только контролем «узловых точек», а из текущего режима контроля оставляют за собой только общее наблюдение.

Второй, и на данный момент времени «без лимитного печатного станка» самый распространённый, когда у «АО» «сибаритское настроение» и доступ к «кешу» и ресурсам мало чем ограничен. Поэтому интересы дела отходят на «вторые уровни», а во главу угла ставится сам акт управления. «Вершители», как субъект управления в «сытые годы» могут себе позволить роскошь проявлять властность над «исполнителями», как объектом управления, даже в ущерб не только интересам дела, но и самой «АО». Поскольку акцент смещается на корректировку процесса не в «узловых точках», а на каждом этапе, текущий режим контроля теперь направлен на каждое действие «исполнителей», как объекта управления; «вершители» чуть ли не буквально контролируют каждый шаг «исполнителей». Беспрекословное подчинение становится важнее интересов дела, поэтому всё это порождает рабочий процесс, состоящий из моментов вялого исполнения текучки с утра – и до обеда и написанием вороха отчётов о проделанной работе с обеда – и до конца рабочего дня. У «исполнителей», как объекта управления естественный стресс от взаимодействия с окружающей средой (рынком) заменяется суррогатом – «стрессом от управления». А чем выше один, тем ниже другой, поскольку у каждого свой «запас крепости», а ломаются даже танки – эмоциональные силы «исполнителей» тратятся не на взаимодействие с рынком, а на взаимодействие с «вершителями», как субъектом управления, и для понижения этого стресса «исполнители», как объект управления подстраиваются под окружающую их среду начинают действовать на упреждение до поступления распоряжения или команды от «вершителей», как субъекта управления. Из серии – «готовь сани летом, а телегу зимой», т.е. для соблюдения алгоритма: желтые листья, снег, сани – мужик загодя, как бы между делом показывает приказчику или самому барину сохнувшие на летней жаре промасленные полозья саней, но не для облегчения процесса управления приказчику, как субъекту управления, а исключительно для сохранения собственного покоя и избежание нежелательного стресса, как объекта управления. При появлении в организации духа «упреждения», как в теле вируса, паразитирующего над духом «развития» или «экспансии» им заражается вся иерархия сотрудников и начинает «болеть» этим вся организация, как недомогает и всё тело при простуде. Субъект управления уже не просто спускает распоряжения по оперативным нуждам, но и старается, чтобы они заранее компенсировали возможные изменения в окружающей среде или объекте управления. «Вершители» начинают соревнование между собой в «прозорливости», из серии – «а я говорил вам об этом». В итоге управление опускается до уровня очевидных, примитивных моментов, если продолжать «крестьянскую» аналогию, то даются не просто распоряжения о начале жатвы, но и об её окончании до «плохой» погоды, сроки для свободы управленческого манёвра естественно, что «завуалированы». Из серии – «на «Покрова» приду хлеб считать», при всем известном факте, что на православный праздник «Покрова» в большинстве губерний «царской России» уже первый снег выпадал. Для резкости контраста с первым типом управления в вертикальной иерархии – данная команда если и поступила бы, то «завуалированной» под «барскую» шутку – «с «Покровской» ярмарки гостинчик привези, детишек порадовать», т.е. раз «первый снег», то не подведение итогов, а уже использование конечного ре-

зультата цепочки. Хоть на лицо и доминант первой системы управления, но в текущей жизни чаще встречается второй. А самый распространённый в крупных, сложных организациях – это смещенный, где часто одна из структур получает совершенно не заслуженные преференции, за счёт всего «организма» организации. Хорошо это иллюстрирует мода на отдельные гипертрофированные части тела у различных народов – непомерно длинная шея, поддерживаемая металлическими кольцами, как яркий пример. Поэтому и в крупных, сложных организациях, когда увеличивают любую структуру, искусственно поддерживаемую извне, то там практически сразу появляется второй тип управления и сама структура начинает слабеть прямо пропорционально внешней поддержке, продолжая пример с женской шеей народа падаунг, получаем, что без поддержки металлических колец такая шея голову держать просто не сможет, поэтому и система «СФР» в первую очередь выявляет и атакует именно эти «слабости» и недостатки в сложной системе управления. Поскольку многие из них связаны в основном с запаздыванием реакции «вершителей», как субъекта управления, на текущие изменения, как правило при первом типе – это изменение среды (рынка), а при втором – объекта управления («исполнителей»). Главная причина наличия слабостей – это сама сложность организации из-за её размеров; т.е. чем она больше, тем сложнее система связи в ней, что порождает её хроническую оптимизацию, из-за чего происходит постоянная перегрузка каналов информации. А если добавить к этому, что на различных иерархических уровнях системы используется своя кодировка данных отличная от других уровней, то появление естественного коллапса связи – это просто вопрос времени, как появление заболевания печени при хроническом злоупотреблении алкоголем и «вкусеньким». А если ещё добавить сюда паразитические элементы, которые появляются естественным путём из-за роста системы и прямо влияют разбалансировку ключевых элементов наводя шум и сбой не только в их работе, но и всей системы, то преодоление собственных кризисов системой, так же естественно, как и преодоление человеком кризисов роста, где подростковый кризис и кризис среднего возраста, как самые узнаваемые примеры. По итогу мы имеем, что у «вершителей», как у субъекта управления генерация идей и решений из-за несвоевременного поступления данных – запаздывает, следовательно – запаздывает и реакция на «внешний раздражитель». Поэтому поступающие команды оказываются несвоевременными или неадекватными, а следовательно – неэффективными или ошибочными если говорить прямо. Если продолжить аналогию с «крестьянской общиной царской России», то сразу вспоминается очень хлёсткая народная мудрость – «бить по хвостам». Для примера, переведя эту мудрость, которая очень точно и ёмко определила описываемую ситуацию на язык рынка получаем итоговое поведение «исполнителей», как объектов управления, т.е. открывание ими торговых позиций в конце движения тренда, а именно его затухания! И вся красота данной технологии системы «СФР» в том, что это всё происходит при наличии у «АО» инсайдерской информации о рынке, что в свою очередь, при разборе ошибок внутри «АО» укажет на не эффективность менеджмента, а не на атаку извне. Как возрастные кризисы ставят человека на «тропу саморазрушения», так и системные кризисы организации приводят её к грани самоуничтожения и виной этому только одно – эффективность управления, точнее его полного отсутствия из-за движения к нулевой отметки, т.е. каждое последующие распо-



ряжение нивелирует относительную разумность предыдущего. Как человека, подавшагося возрастному бунту гормонов, удерживает от гибели культурная среда в которой он рос, так и в каждой организации существуют свои антикризисные схемы систем управления, чтобы не уходить в подробности рассмотрим их общую суть, которая заключается в том, что все управленческие команды идут не в ответ на внешний раздражитель, а прогнозом, базирующимся на накопленном опыте всей системой, т.е. как событие может развиваться и как система может на него среагировать. Как иллюстрация человек, у которого от излишне полученных доз алкоголя отключается часть системы его управления, включая моторику, но он, покачиваясь на полусогнутых ногах добирается до дому. Поскольку для его организма это кризис и организму нет разницы естественный он или рукотворный, так и при кризисе систем управления, не делая различий все распоряжения идут на «упреждение» и схема таких систем управления называется предиктор-корректор [1].

Как лекарственное средство для воздействия на вирус распространяется по всему организму, так и предиктор-корректор воздействует на всю иерархию по каждому элементу системы, т.е. по «вершителям» и «исполнителям». Как и лекарственное средство провоцирует болящий организм к определённой реакции на вирус, так и предиктор-корректор провоцирует определённое видение картины мира, но только у субъекта и объекта управления она различна, как и у лекарственного препарата при распространении по всему организму различается воздействия на конкретные его члены. У «исполнителей», как объекта управления картина мира или внешней среды (рынка) проявляется со «смазанное текстурой полотна». Поскольку видится эмпирически со слабым аналитическим уровнем, тогда как у «вершителей», как субъекта управления она более чёткая, т.к. «резкость текстур полотна» достигается за счёт фундаментальности накопленной информации, где контраст задаёт информация, заранее обработанная для нужд управления с жёсткой архивацией всех полученных данных «до и после». Следовательно, понимание увиденного у «вершителей» и «исполнителей» будет мягко говоря не совпадать если не принципиально различаться даже в «узловых точках». Как пример – мемуары маршалов и окопные записки солдат, объединённые в отдельные издания. У маршалов, как у субъектов управления вся война сводится к интеллектуальному противостоянию где практически всё эпическое или героическое включая самого противника, тогда как у простых солдат, как у объектов управления если и присутствует героизм, то перемешанный с естественной мерзостью происходящего, где труд тяжкий и неприятный, а психологический гнёт постоянной смертельной опасности из-за своей тяжести просто вытесняется психикой, как несуществующий. Поскольку ключевым фактором в любой войне является стойкость простого солдата, у которого если «дух не сломят, то силой взять не смогут» и только потом оружие, которым он пользуется, как инструментом, то и в финансовом противостоянии важен уровень развития и самообучения простого «исполнителя», как объекта управления. Для достижения победы есть народная мудрость задающая стратегический контур – «не считай врага за дурака» поэтому уровень «исполнителя», как объекта управления является одним из основных столпов системы «СФР». Во все времена ум и расторопность объекта управления дорого ценилась, в итоге у субъектов управления стало считаться моветоном отсутствие поощрения уровня саморазвития у

объектов управления. Поэтому на первый взгляд может показаться, что объект управления в своём саморазвитии может достигнуть таких высот, что услуги субъекта управления будут нужны объекту управления, «как собаке пятая нога», но это только на первый взгляд, т.к. саморазвитие, самоорганизация и самое главное – самоуправление допустимы у объекта управления только до определенного уровня. Первым берегом Рубикона, которого будет являться здесь целостность системы, а вторым – наносимый ей ущерб. Поскольку при достижении «исполнителем», как объектом управления такого уровня самоорганизации (через саморазвитие) при котором у него практически отпадает нужда во внешнем управлении, от организации (членом которой он является) потребуется изменить всю архитектуру управляющей системы, т.е. изменить «принуждение» на «сотрудничество» и ликвидировать «вершителей», как субъект управления. Даже просто изменение (в качестве персонального исключения) управляющего контура влечёт изменения вертикальной иерархии. Поэтому, каким бы ни были гениальными «исполнители», как объект управления целостностью системы рисковать никто ради них не будет и это является ещё одним гарантом невидимости системы «СФР» для «АО», т.к. чтобы понять, что атакует система «СФР» нужен рядовой специалист с уровнем самоорганизации и развития директорского корпуса – это раз и время на обстоятельный и конструктивный анализ – это два, чего при загрузке рутинной работой ни когда у сотрудников на таком уровне не бывает, да и сами сотрудники такого уровня саморазвития на такой работе просто не задерживаются. По итогу, если и появляется такой «исполнитель», как объект управления – проще и выгодней оставить всё как есть ничего не замечая, поскольку «исполнители» приходят и уходят, а «АО» существует в своём виде не один десяток лет. Но если допустить, что такой «исполнитель», как объект управления всё же существует, то для системы «СФР» он не только не несёт угрозы, поскольку атака происходит на несколько ключевых точек одновременно и для него действия системы «СФР» закрыты общим рыночным шумом поскольку сливаются с почерком торговых ботов и «автоматических советников» в торговых терминалах, но и сам выступает «маскировочной сетью» для системы «СФР». Поэтому при наступлении кризиса, спровоцированного системой «СФР» всё внимание будет обращено на талантливый «исполнитель» гений, которого распатал целостность системы «АО». И в резюме обязательного расследования последствий будет плохой менеджмент с одной стороны и талантливый сотрудник с другой и даже ни намёка на действие чуждой торговой системы из внешнего мира. Поскольку не был затронут ни внешний контур «атакованной организации», ни контур её управления. Система «СФР» не показала себя, поскольку была скрыта всеобщими движениями по тренду. Для лучшего понимания действия системы «СФР» вначале нужно кратко разобрать работу подсистемы, отвечающую за анализ рынков, поскольку так проще понять заложенную фрактальность.

И так. Подсистема собирает данные по котировкам конкретного торгового инструмента. Соединяет экстремумы цены «рёбрами», получает граф, потом анализирует полученный графический паттерн, отдельно выводя данные по:

– **маршруту**, т.е. по последовательности смежных рёбер неориентированного графа без петель и кратных рёбер;

– **цепи**, т.е. по всем различным рёбрам маршрута или по маршруту, в котором каждое ребро содержится не более одного раза;

– **циклу**, т.е. по замкнутой цепи или по совпадению начальной и конечной вершины, или по цепи, являющийся циклическим маршрутом;

– **сети**, т.е. по графу с циклом (по семантической сети – это по графу, на котором отображены объекты и связи между ними);

Все полученные данные соединяет с деревом истории котировок, т.е. по графу в котором нет циклов и сохраняет для архивации формируя свою оперативную библиотеку.

Переводя граф из декартовой системы координат, т.е. с плоскости на объём образует контур, т.е. образование по замкнутой части схемы, образованной её ветвями (в элементарный контур не входят другие контуры). Поскольку контур это простой ориентированный цикл, то для наглядности проще обратится к рис.1, например, 3-5-2-3.

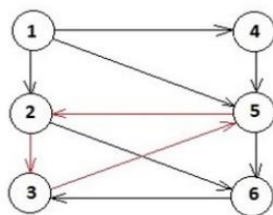


Рисунок 1

Затем рассчитывает временной размер полученной «фигуры», скорость движения финансов и их задействованную массу в нём, соединяет полученный цикл с сетью корреляций, основа расчётного анализа составляет все виды размерности Фибоначчи.

Теперь применяя фрактальность получаем наглядную работу системы «СФР», для примера возьмём пять точек, через них можно проложить маршрут, цепь и цикл. Сами точки останутся не изменными, а вот рисунок движения и направления в нём всегда разный, точки на рисунке 2 с «X1 по X5»:

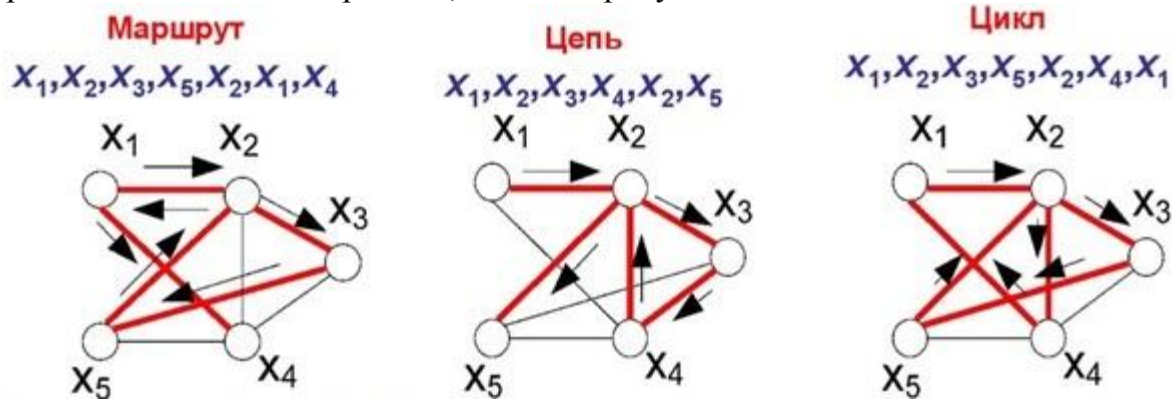


Рисунок 2

где «X» – это узловая точка или ключевая фигура и может быть структурной, административной или финансовой единицей. Зная какой алгоритм действия заложен учёбой субъектам и объектам управления, поскольку его контур хорошо просматривается в учебниках и переходит из книги в книгу, система «СФР» воздействует сразу на несколько узловых точек или ключевые фигуры,

подавшись воздействию именно они сами изменяют маршрут, цепь и цикл. Административные единицы не успевают понять постоянно изменяющуюся картину и действуют по старым лекалам или директивам, как пример – «контуженный» командир не понимающего рисунка боя, но при этом отдающий приказы своим людям. Этот психологический момент хорошо отражён в известной картине российского художника Павла Рыженко «Зонтик» иллюстрирующей в том числе и разовую, запредельную дозу стресса, полученную человеком, которая отключает практически полностью сознание от адекватного восприятия реальности. У субъекта и объекта управления возникает естественный конфликт (от) или не совпадение картин, поэтому возникновение хаоса порождающего ошибки – это просто вопрос времени. Естественно накапливающая в таком состоянии усталость у сотрудников может провоцировать даже суициды, прыжки клерков из окон небоскрёбов в «тяжёлые времена», так часто показываемые в фильмах, как пример. Когда естественно следующие из хаоса ошибки «гробят» систему управления – возникает кризис. Все знают, что кризис – это конфликт между развитием и функционированием, т.е. между контуром отвечающий за внутренний функционал «АО» и контуром отвечающий за взаимодействие с окружающей внешней средой (рынком). Если долго не выносить сор из избы, его наличие всё равно будет заметно соседям по грязной одежде или предметам, т.е. когда кризис становится заметен конкурентам они используют его по максимуму. Следовательно, на лицо будет «война чужими руками» где стороны конфликта истощают друг друга, а система «СФР», как «мудрая обезьяна» из восточной стратегемы – спускается с дерева забрать шкуру убитого тигра, когда победивший тигра хищник уходит зализывать раны, т.е. система «СФР» ставит освободившуюся нишу под свой контроль; другими словами, происходит замещение конкурентов в их цепочках добавленной стоимости. Поскольку действия конкурентов, использующие себе во благо кризис, заставят головную организацию вмешаться и устранить конкурента или закрыть структурное подразделение, как неэффективное; в обоих случаях освобождается если не вся ниша, то хоть одна из её частей обязательно. Поэтому при разборе ошибок будет выявлен плохой менеджмент или несоответствие рабочих директив возникшей реальности, возможное воздействия системы «СФР» даже не будет рассматриваться, как абсурдное, поскольку противоречит видимым фактам, выявленным обязательным внутренним расследованием.

На любое возможное возражение, что вычисляется и просчитывается вообще всё, тем более рукотворная технология торговых систем, собранных в «единый кулак» для скрытых финансовых рейдов, можно возразить, что «Хаос» – просчитать невозможно, поскольку там, где он начался – закончилась «Наука»! А у системы «СФР» провоцирование управленческого хаоса или сбоев в системе управления у «АО» является одной из её составляющих. Хроническое состояние конкурентных войн при высокой плотности населения вывело у «западных элит» на уровень социальных инстинктов, что всё идёт от человека, как порядок, так и хаос. Поэтому даже если есть просто сбои в системе управления, то первое, что планируется – это как именно покарать виновника, а только потом, как его найти. Поэтому чтобы не спровоцировало хаос – искать будут первично человека, поскольку из-за плотности населения – антигуманная составляющая человеческой личности начинает граничить с антиразумностью во всех эшелонах вер-

тикальной иерархии, т.е. она – фрактальна. Следовательно, фрактален будет и спровоцированный хаос, принесённый человеком в алгоритм управления. Данная составляющая в человеческой натуре «западной цивилизации» ярко проявлялась во все времена без исключения, где «охота на ведьм» и «костры с колдунами» идут доказательной базой, иллюстрируя многовековой социальный тренд. Поскольку оклеветать ближнего или соседа – это к выгоде, т.к. не сожгут на костре самого, да и имущество сгоревших на «кострах инквизиции» можно прибрать себе. Как пример – «пуритане» у которых было за практику после «выдавливания доказательств» в колдовстве забирать имущество у семьи «колдуна». Сам процесс получения доказательной базы проходил благодаря тяжёлому камню, который клали на человека и держали его на нём до тех пор, пока он не умрёт или не сознается в колдовстве. По итогу имущество всё равно у семьи забиралось, т.к. выводился из строя главный (ключевой) член семьи, семья слабела и всё теряла, как бы естественным способом. У членов аристократии, которые могли по памяти перечислить всех своих родственников, начиная с века девятого становления государственности – это было нормой, т.к. горизонт планирования внутри их семей шел на века. Поэтому и как бы «естественное» отторжение имущества не вызывало местных социальных протестов, т.е. стратегический контур победы для них звучит так – «использовать любую слабость противники и атаковать до конца», что очень похоже с тактикой ведения партизанской войны, где малыми силами благодаря скрытности противодействуют крупному противнику, что имеет место быть у аристократии постоянно, т.к. более бедная, но разрозненная масса всегда крупнее и всегда завидует более богатой и малочисленной, но более сплочённой. Именно поэтому, у аристократии, уходящей корнями в глубь веков выше «старых денег», которые не проигрывались в карты и не тратились на увеселения, а из года в год увеличивались – ценятся только «старые связи», крепкие, сильные, исключаяющие все возможные репутационные риски, похожие на растущий у ручья вековой дуб. Надо отдать должное «западным элитам» которые смогли создать в далёком средневековье технологии управления основанные на системе сдержек и противовесов и вертикаль социального подъёма – ученик, подмастерье, мастер и т.п., то что она просуществовала до сего дня говорит об универсальности её конструкции, дающей ей возможность работать, как автомат. Но из той же истории ясно просматривается, что столь универсальная конструкция управления частенько идёт в разнос просто при смене руководителя, который при наборе команды руководствуется «верностью», а не «профессионализмом», хотя с точки зрения кибернетики – это абсурд, поскольку так узловые точки не строят, т.е. кадры не подбирают, но с точки зрения индивида для которого именно процесс управления на первом плане, а интересы дела в лучшем случае на втором, а то и просто используются, чтобы завуалировать акт управления – это не абсурд, а единственно верная стратегия выживания и сохранения своей «синекуры». Другими словами, человеческий фактор изменяет системные циклы, т.е. его влияние изменяет работу системы управления. Как пример, любой сосуд наполняемый в начале простой водой, а потом любой агрессивной субстанцией, кислота или щелочь не так важно, а важно – подвергаются ли коррозии стенки сосуда или нет. Так и структура си-

стемы управления предназначена, как сосуд, для наполнения её «людской субстанцией», но вот на сколько данная субстанция будет «беречь» систему зависит только от коллектива и человека его набирающего, т.е. будут ли систему управления заставлять работать не по заложенной программе или нет. А если будут, то как часто, т.к. грань краха с каждым таким «актом управления» будет всё ближе, т.е. насколько сильно будет это гипертрофированное влияние человеческого фактора. С точки зрения кибернетики, у человека по максимуму развито свойство отражать на окружающую среду нюансы своей саморегулирующей системы, столь высокоразвитой за время эволюции, т.е. все проблемы в управлении фирмой, обществом, государством нужно искать в самом человеке, т.к. он, как субъект, так и объект управления, он единственное наполнение системы управления. Поэтому бремя издержек функционирования системы лежит на его плечах и чем больше человеческого фактора привнесено, тем сильнее это бремя давит. Поскольку каждый человек уникален, следовательно, уникальны и нюансы своей саморегулирующей системы, которые он отражает. Поэтому описываемая торговая система может быть раскрыта только самим создателем с предъявлением не опровержимых фактов, а без них рассказчика сочтут «маргиналом-конспирологом». И молодой Генри Форд, создающий свой первый автомобиль, свою первую технологическую цепочку, как пример, т.е. одно дело создать автомобиль, совершенно другое научиться на нём ездить, а вот стать лучшим автогонщиком – это вообще отдельная наука. Поскольку всё создаваемое человеком является пусть и не чётким, но отражением уже существующего в окружающем мире у системы «СФР» есть тоже «материнский алгоритм». В живой природе уже существует подобная «кибернетическая система» – это минога, данный вид рыб обитает везде – начиная от ручья и заканчивая океаном, как правило она нападает на спящего хищника, а после продолжения рода погибает через не продолжительное время. Так же и система «СФР» атакует «самоуверенный, спящий» трастовый фонд, а после появления модификаций, более приспособленных к текущим условиям, отмирает за ненадобностью.

Чтобы дальше не углубляться в детали рассмотрим ещё один из главных составляющих системы «СФР», а именно – сбор ею информации. Основу её алгоритма составляет компиляция уже разработанных и находящихся в свободном доступе компьютерных технологий OSINT (Open Source Intelligence) [2], но с естественными поправками на советскую аналитическую школу. Для простоты понимая рассмотрим первое появление данной широко растиражированной технологии по сбору информации.

Легенда разведывательного анализа в США профессор Йельского университета Шерман Кент [3] во время своей работы в ЦРУ, как и подавляющее число сотрудников бился над орешком под названием СССР. Скудость данных, закрытость страны делали своё дело и просчитать стратегические шаги Советского союза было практически невозможно. Поэтому ряд экспертов здраво рассудив, что спрогнозировать действия СССР будет проще если знать какой информацией могут обладать «советы» о военном потенциале США и его боеготовности. Какие данные могут входить в «советскую» оценку, насколько может быть полна их картина. Для этого были привлечены аспиранты Йельского университета. За-

дача была поставлена собрать всю доступную информацию из открытых источников без доступа к секретным материалам, чтобы понять – какую информацию с минимальными усилиями может заполучить Москва. Сборная команда из пятнадцати профессиональных исследователей с шести разных факультетов университета, специализирующихся в разных науках примерно через пять – шесть месяцев спокойной работы предоставили документ на 627 страницах и аналитической справкой к нему на 30 страницах. Данный документ сейчас носит название – «Йельский отчет» и сейчас есть в интернете в свободном доступе, но 1 сентября 1951-го года он произвёл эффект разорвавшейся бомбы, т.к. показал, что 97 % информации можно получить из открытых источников и 95 % профессионально собираемых данных соответствуют действительности. Вся информация о подлинной военной мощи США была собрана и проработана вплоть до мельчайшей стратегической единицы – полковой боевой группе – это при условии, что интернета в то время не было и данные собирались из книг, газет и журналов! В эпоху же тотальной цифровизации проблема возникает не с доступностью, а с подлинностью информации, поэтому система «СФР» использует в качестве фильтра в своём алгоритме ещё и «видимый след» от появившейся информации, как пример – засуха провоцирует рост цен на продовольственные фьючерсы. Резюмируя получаем, что 97 % «секретной информации» система «СФР» с помощью доработанных OSINT технологий получает из свободных источников, а вот оставшиеся три процента системе «СФР» для «точности наведения» приходят от отдела углубленного изучения рынка Росфинмониторинга, конечно же это при условии, что система «СФР» будет работать на государство Российское, если же на частную структуру, что не желательно, т.к. данные технологии по определению не должны быть частными, то, данные 3 % могут прийти из любой частной разведывательной структуры, как пример разведывательное подразделение у печально известного ЧБК «Blackwater» [4].

Так же в системе «СФР» изначально закладывается «шанс предательства». Безопасность здесь достигается благодаря децентрализации – это раз и «своя» сборка операционной системы, лично проверенную и скомпилированную оператором – это два, т.к. при наличии «предательства» хакерские атаки – это просто вопрос времени, но всегда тяжело атаковать, то чего ты не знаешь. Основной их инструмент – это шифрование, т.е. шифруют все данные, а за дешифровку просят выкуп. По итогу выбор не богат – либо платить, либо начинать всё с нуля, но это работает с крупными игроками рынка, тогда как система «СФР» может быть просто брошена на атакованном «железе» и воссоздана на новом, т.к. алгоритм её создания находится в головах разработчиков. Многие захотят сравнить систему «СФР» с хакерскими атаками, т.к. общее направление совпадает, но отличие здесь огромное, т.к. хакеры атакуют «железо», чтобы подорвать систему, но не выводят из строя сотрудников, для крупных игроков рынка или компаний – это как слону дробинка, неприятно, но не смертельно, тогда как система «СФР» воздействует на сотрудников, которые своими решениями ломают архитектуру управления. Гипотетически можно представить, что систему «СФР» применили против компаний, бенефициарами которых являются люди накладывающих санкции или просто чинящих препятствия строительству «Nord Stream 2», поте-

ря их компаниями запланированных профитов, развал управленческой архитектуры в них, потеря талантливых кадров и прочие плоды хаоса на долго отвлекут их внимание и силы от текущего строительства и «Северный поток – 2» будет закончен в срок.

Резюмируя всё выше сказанное, получаем – существует некоторая торговая система, с помощью которой можно зарабатывать или анализировать финансовый рынок, прототип этой системы уже опробован в работе на валютной паре евро/фунт. Основа её – циклические движения рынка в виде графических паттернов разворота рынка. Если данную систему соединить с оборонными ЭВМ и данными отдела углубленного изучения рынка Росфинмониторинга, то получится невидимое для врага оружие финансовых войн. Захватить занятую экономическую нишу в любом государстве для данной системы – это просто вопрос времени, т.к. действует она под прикрытием движения рынка и выводит из строя действующих сотрудников атакуемой организации в узловых точках. Финансы, которые зарабатывает система идут в ней, как полезный побочный эффект, и чтобы не быть замеченными при своей аккумуляции и не выдать тем самым работу системы «скрытых финансовых рейдов» – ежедневно распыляются между ВУЗами нашей страны ведущих научную работу по фундаментальным наукам в особенности по астрофизике, открытия в которых дадут, отрыв по технологиям нашей страны от «всей ойкумены». Для простоты, работу системы «СФР» можно представить на примере рыбалки. Допустим Вы сотрудник рыбацкой артели, которая Вам выдала удочку, необходимую амуницию, прикорм и приманку для рыбы, договором обязав Вас сдавать по десять единиц рыбы в день. Придя на своё «рыбное место» Вы начинаете лов, но при всём Вашем опыте, Вы не знаете и не догадываетесь, что в воде возле вашего крючка сидит «водолаз», который из десяти приплывших рыб, девять забирает себе, а одну позволяет поймать Вам. Естественно, что через пару недель, такой «печальной рыбалки», Вы в начале смените место, а потом вообще уйдёте с реки и так с каждым работником рыбацкой артели, т.е. при появлении в водоёме «водолаза» или нескольких, но действующих, как единый организм – естественный уход промысловой организации просто вопрос времени. Самое слабое место здесь – это пойманная «водолазом» рыба, т.к. именно её «артельщики» и не должны заметить, поэтому «водолаз» скармливает её бобрам, шкурки и мясо которых дадут большую прибыль, чем переработанный рыбий белок для комбикормов. Вот примерный процесс простоты работы «водолаза» (системы «СФР»):

1. Система, взяв за основу циклический паттерн образовавшейся на графике рассчитывает куда пойдёт рынок по конкретному инструменту.

2. Перестраховывает себя расчётом возможных корреляций по всему рынку и всем торговым инструментам (пока доступно только для оборонных ЭВМ).

3. Вводит данные по всей денежной массе конкурента и данные задействованной конкурентом денежной массы по торговому инструменту, на основании расчёта формирует свой объём по торговой позиции (точные данные только у финансовой разведки).



4. При прохождении ценой точки входа открывает на расчётную сумму маленькие торговые позиции с тысячи персональных ЭВМ, составляющих с системой «СФР» единый организм.

5. Закрывает все позиции по инструменту до закрытия их конкурентом за несколько «rips» до расчётной цены.

6. Переводит заработанные деньги с тысячи персональных ЭВМ в ВУЗы страны «на фундаментальную науку».

7. Совершает с задействованных персональных ЭВМ несколько мелких сделок по другим торговым инструментам «на удачу» с тем же процентом «стоп-лосса», что и «атакующая сделка» для маскировки своего существования.

8. Система «СФР» действует в рамках правового поля и не подпадает под действие ст. 273 УК РФ и аналогичных ей в законодательствах других стран, поскольку совершает наравне со всеми сделки на межбанковском рынке форекс и открытых биржевых электронных торгах, но совершает сделки так, что конкуренты сами уходят, оставляя свои ниши, которые заполняют предприятия и фирмы РФ.

Указанная выше простота если не примитивность основного контура системы «СФР» говорит о её жизнестойкости, лёгкости в применении и возможности неограниченного числа модернизаций. Первичный ориентир для системы «СФР» под который создавался прототип – это структуры, входящие в «Vanguard Group» [5] и «BlackRock» [6].

#### **Список использованных источников**

1. «Схема предиктор-корректор» [https://ru.wikipedia.org/wiki/Схема\\_предиктор-корректор](https://ru.wikipedia.org/wiki/Схема_предиктор-корректор)
2. «OSINT» <https://ru.wikipedia.org/wiki/OSINT>
3. «Шерман Кент» [https://en.wikipedia.org/wiki/Sherman\\_Kent](https://en.wikipedia.org/wiki/Sherman_Kent)
4. «Blackwater» <https://ru.wikipedia.org/wiki/Academi>
5. «The Vanguard Group» [https://ru.wikipedia.org/wiki/The\\_Vanguard\\_Group](https://ru.wikipedia.org/wiki/The_Vanguard_Group)
6. «BlackRock» <https://ru.wikipedia.org/wiki/BlackRock>

#### **THE SYSTEM OF «HIDDEN FINANCIAL RAIDS» AS AN INSTRUMENT FOR RUSSIA'S ECONOMIC SECURITY**

**K.S. Khvalev**

*Kazan Cooperative Institute (branch) Russian University of Cooperation,  
Kazan, Russia*

The article offers the main points and algorithms for creating a tool for conducting «financial wars» based on cybernetics, computer technologies, human-society interaction, with regular examples for ease of understanding.

**Keywords:** Financial markets, forex, financial raid, trading, cybernetic systems, computer technologies, economic niches, horizontal hierarchy, economic security.

**О НЕКОТОРЫХ ПРОБЛЕМАХ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ  
ПРОДУКЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ  
АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА**

**Т.А. Шабалина**

*ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина»,  
г. Елец, Россия*

В статье рассмотрены некоторые вопросы обеспечения качества продукции на отечественных сельскохозяйственных предприятиях. На зернохранилищах и элеваторах управление качеством продукции осуществляется выборочно, недостаточно полно учитывается влияние важнейших организационных, технических, экономических факторов. Расширение возможностей применения системы менеджмента качества позволит производить более конкурентоспособную продукцию.

**Ключевые слова:** качество продукции, система менеджмента качества, политика в области качества.

В условиях рыночной экономики качество выпускаемой продукции, производимых услуг является важнейшей составляющей успеха предприятия на рынке, гарантией его финансовой устойчивости и платежеспособности в условиях жесткой конкуренции. Всемерное повышение качества работ и услуг представляет собой многоаспектную проблему, которая тесно связана с качеством поставляемого сырья, техническим состоянием оборудования, применяемой технологией, уровнем организации труда, квалификацией персонала, соблюдением установленных стандартов качества.

В современных условиях вводятся технические регламенты, которые дают возможность товаропроизводителям варьировать с качеством производимой продукции. Использование таких возможностей на агроперерабатывающих предприятиях требует особенно пристального внимания как со стороны контролирующих, надзорных органов, так и со стороны органов власти, так как качество пищевых продуктов может не отвечать требованиям безопасности. Управление качеством следует рассматривать как целенаправленный и скоординированный процесс для обеспечения и поддержания необходимого уровня качества продукции, удовлетворяющей требованиям покупателей и общества в целом.

Все эти аспекты требуют комплексного подхода к анализу качества продукции.

Среди зарубежных авторов основоположниками теории управления качеством считают Э. Деминга, Ф. Кросби, Ф. Тейлора и др. Существенный вклад в развитие теории и методологии управления качеством продукции внесли отечественные ученые Б.И. Герасимов, В.М. Мишин и другие.

Федюкин В.К., Е.Б. Герасимова рассматривают качество как «систему экономических отношений и связей по поводу производства благ, товаров и

услуг. Эти отношения отражают потребительские, эстетические, конкурентные, экономические характеристики, современному уровню развития техники и технологии, спроса и предложения, форм рыночных связей и т.п.» [1].

Бадалова Л.М. под качеством продукции понимает «...совокупность потребительских свойств продукции, определяющих степень ее соответствия заданной конкретной потребности в фиксированных условиях потребления». Однако и это определение, возможно, не лишено недостатка, поскольку содержит лишь общие требования к конкретизации понятия качество» [2].

В процессе формирования качества продукции на предприятии важно учесть требования покупателей, возможности внедрения новых технологий, причем этот процесс требует активного участия всех членов команды. Качество должно планироваться и создаваться не только в процессе производства товаров и услуг, а гораздо раньше, на стадии проектных работ, поиска поставщиков сырья, материалов, транспортных организаций.

В агропромышленном секторе экономики качество создаваемой продукции особенно важно, так как большая часть продукция переработки сельскохозяйственных предприятий потребляется внутри страны и качество ее влияет на состояние здоровья граждан, тем более, в стране взят курс на повышение качества и уровня жизни населения.

В связи с этим, важнейшей проблемой является организация и контроль качества продукции на российских элеваторах. Проблема в том, что на многих отечественных элеваторах управление качеством продукции осуществляется выборочно, недостаточно анализируют степень влияния на эти показатели важнейших организационно-экономических, технических факторов. Кроме того, недостаточно полно учитываются возможности административных и правовых механизмов, воздействующих на качество и конкурентоспособность продукции.

На сегодняшний момент на отечественных элеваторах получила довольно широкое распространение система управления качеством продукции КСУКП. Ее базовыми элементами являются «определенный порядок реализации направлений по улучшению качества продукции, уменьшение наименований и количества документов за счет их унификации, более тесная взаимосвязь всех структурных подразделений организации»[3].

Оптимальная система менеджмента качества для элеваторов, по мнению многих авторов, должна базироваться на единой политике в области качества, которая должна соответствовать требованиям стандартов ИСО 9001-2000 и СТ РК ИСО 9001-2000. Она может включать несколько типов и уровней применяемой документации:

- характеристика технологических процессов, которые могут быть описаны с помощью схем, графиков, таблиц, диаграмм;
- методические указания, регламентирующие функционирование системы менеджмента качества, нормативно-организационная и распорядительная документация;
- различные инструкции, планы по качеству;
- функциональные инструкции, имеющие форму бланков.

Система менеджмента качества, внедряемая и постепенно оптимизируемая на отечественных элеваторах, будет способствовать решению таких важнейших задач:

- систематическое проведение аттестации персонала основных производственных подразделений элеватора;
- представление услуг по хранению и переработке зерновых культур в соответствии с требованиями нормативно – технической документации и контрактов на базе международных стандартов ИСО 9001:2000;
- расширение имеющихся возможностей эксплуатации имеющегося элеваторного и складского оборудования на основе взаимодействия с поставщиками и подрядчиками;
- повышение конкурентоспособности услуг элеватора за счёт модернизации и переоборудования действующего оборудования, снижения себестоимости работ;
- увеличение объема предоставляемых услуг производителям сельскохозяйственной продукции и величины получаемой прибыли за счет расширения ассортимента услуг и повышения их качества [4].

Таким образом, качество продукции на отечественных элеваторах требует пристального внимания. Внедрение системы менеджмента качества, ее совершенствование позволит повысить качество предоставляемых услуг, производить продукцию, соответствующую мировым стандартам и требованиям потребителей.

#### **Список использованных источников**

1. Федюкин, В.К. Управление качеством производственных процессов: учебное пособие / В.К. Федюкин // КноРус. – 2013. – 232 с.
2. Бадалова, Л.М. Экономические проблемы повышения качества продукции / Л.М. Бадалова // Экономика. – 2014. – 192 с.
3. Гличев, А.В. Основы управления качеством продукции: учебное пособие / А.В. Гличев // РИА «Стандарты и качество». – 2015. – 424 с.
4. Агарков, А.П. Управление качеством: учебник / А.П. Агарков. – 2-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 204 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573199> (дата обращения: 03.12.2021). – Библиогр.: с. 153-156. – ISBN 978-5-394-03767-2. – Текст: электронный.

#### **ABOUT SOME PROBLEMS OF PRODUCT QUALITY MANAGEMENT IN THE ORGANIZATIONS OF THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX**

**T.A. Shabalina**

*I.A. Bunin Yelets State University,  
Yelets, Russia*

The article discusses some issues of product quality assurance at domestic agricultural enterprises. At granaries and elevators, product quality management is carried out selectively, the influence of the most important organizational, technical, and economic factors is not fully taken into account. Expanding the possibilities of using the quality management system will allow us to produce more competitive products.

**Keywords:** product quality, quality management system, quality policy.

## ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ ПОСТПАНДЕМИЧЕСКОГО ВОССТАНОВЛЕНИЯ

М.С. Шейхова, Е.П. Орлова

*ФГБОУ ВО «Донской ГАУ»,  
п. Персиановский, Россия  
ИСОиП (филиал) ДГТУ,  
г. Шахты, Россия*

В статье рассмотрена текущая ситуация на рынке труда Ростовской области, позволяющая выявить динамику и структуру безработицы. Авторами рассмотрены группы мер и эффективность государственной поддержки рынка труда – малых и средних предприятий, предприятий из наиболее пострадавших отраслей в условиях Ростовской области.

**Ключевые слова:** рынок труда, Covid 19, скрытая безработица, пособие по безработице, самоизоляция, государственное регулирование, МРОТ, постпандемическая экономика.

Безработица является одной из самых значительных социально-экономических проблем России, в том числе Ростовской области. Под термином «безработица» мы понимаем один из важнейших показателей ситуации на рынке труда, который оказывает негативное влияние на жизнь людей. Особенно остро тема безработицы встала в период введения многочисленных ограничительных мер, связанных с борьбой против коронавирусной инфекции.

Так, уже к концу первого полугодия 2020 года на учет в центры занятости населения Ростовской области поставлены более 35 тысяч жителей региона, и их количество стремительно продолжало расти. В то время, когда в банке вакансий насчитывалось 42 тысячи рабочих мест, на них минимум претендовало 49 тысяч человек.

Резкое ухудшение материального положения семей безработных может повлечь за собой рост заболеваемости и преступности, усиливает социальную напряженность в обществе. Ситуация на рынке труда в Российской Федерации в настоящее время оказывает неоднозначное влияние на социально-экономическое развитие. [3] С одной стороны, рынок расширил различные формы занятости (например, активно развивается сфера онлайн-услуг) и увеличил возможности самореализации населения – часть населения осваивают новые профессии, как смежные с их специальностями, так и совершенно новые для себя. Но с другой – кризисные явления и институциональные преобразования в российском обществе стали причиной умеренного роста уровня безработицы [2].

В силу вышесказанного проблема безработицы приобретает исключительную значимость и требует большого внимания. Со стороны правительства РФ и Ростовской области в частности вводится немало мер по поддержке граждан, кто потерял работу в это сложное время, а также для владельцев малого и среднего

бизнеса. В целом от государства для населения, в том числе и на региональном уровне, можно выделить следующую помощь: Граждане, уволенные после 01.03.2020 г., имеют право на повышенное пособие по безработице в размере не менее 12 130 руб. (1 МРОТ). Власти субъектов РФ могут увеличить минимальный размер пособия на региональный коэффициент. Пособие по безработице временно было увеличено с 1 500 руб. до 4 500 руб. Безработные, уволенные после 01.03.2020, у которых есть дети до 18 лет, могут рассчитывать на дополнительное пособие в размере 3 000 руб. на каждого несовершеннолетнего. У людей, потерявших работу, есть право на кредитные каникулы в виде предоставления отсрочки по уплате ежемесячных платежей на срок до полугода. Упрощен порядок получения пособия по безработице.

Обобщенно структуру безработицы можно представить в виде 4-х категорий: 1) потерявшие работу в результате увольнения; 2) добровольно уволившиеся для поиска новой работы; 3) пришедшие на рынок труда после перерыва; 4) впервые пришедшие на рынок труда.

Показатели уровня безработицы могут охарактеризовать не только ситуацию на рынке труда, но и общее состояние эффективности экономики. Рассмотрим динамику численности безработных, зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости населения Ростовской области, данные за каждые три месяца начиная с января по сентябрь (рис. 1).

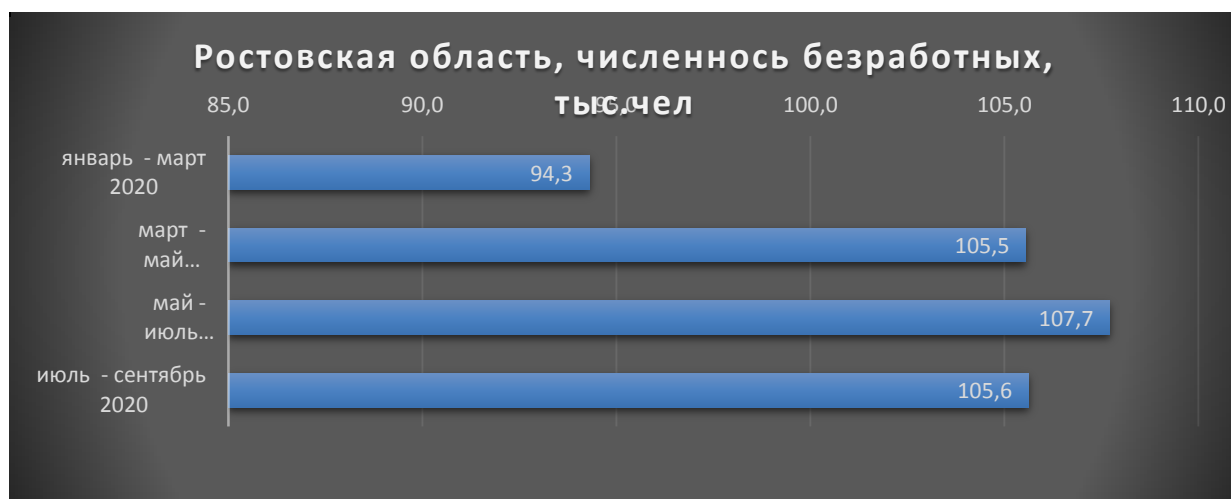


Рисунок 1 – Количество зарегистрированных безработных в Ростовской области, в период с января по сентябрь 2020 г., тыс. человек

На рисунке мы видим, что пик безработицы пришелся на период с мая по июль. Учитывая то, что здесь отображено количество обращений граждан в органы социальной защиты и вставших на биржу труда, можно полагать – это связано с новыми ограничительными мерами по COVID-19, многие представители малого и среднего бизнеса были вынуждены остановить свою деятельность и провести сокращения персонала. В октябре 2020 года численность безработных снизилась, этому поспособствовало отсутствие притока трудовых мигрантов, из-за закрытых границ они не смогли приехать в Россию на заработки. Кроме того, от государства прекратилось автоматическое начисление пособия по безработице в повышенном размере, а это уже побуждает людей активнее искать себе ис-

точник доходов. Также благодаря постепенному снятию ранее введенных ограничительных мер появились новые вакантные места [4].

Пособие по безработице гражданам, уволенным в течение 12 месяцев, предшествовавших началу безработицы, состоявшим в этот период в трудовых отношениях не менее 26 недель и признанным в установленном порядке безработными, начисляется в первые три месяца в размере 75 % их среднемесячного заработка, исчисленного за последние три месяца по последнему месту работы, в следующие три месяца – в размере 60 % указанного заработка. При этом размер пособия по безработице не может быть выше максимальной величины пособия по безработице и ниже минимальной величины пособия по безработице [2].

Гражданам предпенсионного возраста, состоявшим в период, предшествующий началу безработицы, в трудовых отношениях не менее 26 недель, пособие по безработице начисляется в первые три месяца в размере 75 % их среднемесячного заработка, начисленного за последние три месяца по последнему месту работы, в следующие четыре месяца – в размере 60 % такого заработка, в дальнейшем – в размере 45 % такого заработка (период выплаты пособия по безработице не может превышать 12 месяцев). При этом размер пособия по безработице не может быть выше максимальной величины пособия по безработице и ниже минимальной величины пособия по безработице. Для граждан предпенсионного возраста, состоявших в трудовых отношениях менее 26 недель, пособие по безработице начисляется в размере минимальной величины пособия по безработице.

Далеко не все, кто потерял работу в условиях пандемии, надеялись только на помощь государства. Многие начали активно осваивать новые профессии, проходили различные онлайн-обучения для удаленной работы через Интернет, часть их этих людей далее регистрировались как самозанятые, т.е. они теряли статус безработного.

### **Список использованных источников**

1. Распоряжение Правительства Ростовской области от 13.04.2020 № 235 «О выделении средств» URL: [https:// www.donland.ru/documents/11715/](https://www.donland.ru/documents/11715/)(дата обращения: 24.12.2020).

2. Федоров, В.Х. Основные подходы к управлению устойчивым развитием сельских территорий Дона / В.Х. Федоров, С.Г. Сафонова, М.С. Шейхова, Н.М. Кувичкин // Московский экономический журнал. – 2020. – № 8. – С. 30.

3. Формирование инновационной модели развития предприятий АПК: теоретические основы, приоритеты и инструменты реализации: монография / О.Н. Бунчиков, С.Г. Сафонова, М.А. Холодова, М.С. Шейхова; Донской ГАУ; ФГБНУ Федеральный Ростовский аграрный центр (ФРАНЦ). – Персиановский: Донской ГАУ, 2020. – 188 с.

4. Шейхова, М.С. Гендерное измерение социально-экономической ситуации в Ростовской / М.С. Шейхова // Вестник Донского государственного аграрного университета. – 2020. – № 1-2 (35). – С. 64-71.

# FEATURES OF THE FUNCTIONING OF THE REGIONAL LABOR MARKET IN POST-PANDEMIC CONDITIONS RECOVERY

M.S. Sheykhova, E.P. Orlova

*FGBOU VO «Donskoy GAU»,  
P. Persianovsky, Russia  
ISOiP (branch) of DSTU,  
Shakhty, Russia*

The article examines the current situation in the labor market of the Rostov region, which allows to identify the dynamics and structure of the unemployed. The authors consider groups of measures and the effectiveness of state support for the labor market – small and medium-sized enterprises, enterprises from the most affected industries in the conditions of the Rostov region.

**Keywords:** labor market, Covid 19, hidden unemployment, unemployment benefits, self-isolation, government regulation, minimum wage, post-pandemic economy.

УДК 339

## ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА

М.С. Шейхова, И.А. Жукова, Е.В. Пархоменко

*ФГБОУ ВО «Донской ГАУ»,  
п. Персиановский, Россия*

В статье рассматриваются основные составляющие цифровой экономики, как термина, сущность, ключевые этапы развития, движущие силы и факторы, влияющие на эффективность современной цифровизации. Установлено, что цифровая экономика формируется в соответствии с потребностями общества в сфере экономики, меняющимися в следствии внедрения новых технологий.

**Ключевые слова:** цифровая экономика, цифровизация, цифровые технологии, цифровые экосистемы.

Цифровая экономика – это относительно новое понятие, фактически представляющее собой основу для развития экономики, сферы государственного управления и общества в целом.

Основой цифровой экономики является интернет, возникший в 1990-е годы. Благодаря развитию информационно коммуникационных технологий появились предпосылки для дальнейших изменений в системе хозяйства. Внедрялись датчики в большое количество устройств; создавались различные устройства личного пользования, такие как мобильные телефоны, смартфоны, планшеты, ноутбуки и т.д.; появлялись цифровые услуги, платформы и т.д.; новые техноло-



гии роботизации и автоматизации; а также новые модели анализа и алгоритмы принятия решений.

Потенциал широкого применения цифровых технологий имеет большое значение для сокращения затрат, оптимизации процессов в социуме, экономике, развития новых отраслей. В связи с чем многие страны определяют цифровое развитие как высокоприоритетное и осуществляют комплексные меры по цифровизации экономики, а также социума.

Цифровизация является мегатрендом она представляет собой многоаспективные и длительный процесс перевода информационных ресурсов, управленческих и производственных технологий в вид пригодный для эффективного использования цифровых устройств, что предполагает достижение удешевления, увеличения надежности сбора, анализа, систематизации и передачи данных; упрощения коммуникаций в социуме и экономике, создание мультивзаимодействия людей [4].

Цифровизация означает переход с аналоговой формы представления, обработки и передачи данных на цифровую, осуществляется посредством применения соответствующих платформ и технологий. Преимуществами являются: улучшение качества обслуживания за счет упрощения и удешевления сбора информации; ускорения использования компаниями новых рыночных возможностей; ускорение и упрощение за счет цифровых устройств бизнес-процессов; увеличение целевой аудитории и мировой охват за счет новых цифровых каналов [1].

Актуальность цифровизации обусловлена масштабированием социальных коммуникаций. Используя цифровые платформы и сети, поставщики и потребители взаимодействуют без посредников, рынки расширяются по разнообразию продуктов и участников, повышается скорость обменных процессов, формируется распределительная модель координации взаимосвязей потребителей и производителей через сетевые узлы, повышается адаптивность систем всех уровней к меняющимся условиям внешней среды [5]. Горизонтальные сетевые взаимодействия превосходят иерархические тем, что основа экономического роста зависит от многообразия и скорости обменов. Цифровизация является не целью, а средством.

Цифровую экономику нельзя отдельно рассматриваться от остальной, ее необходимо трактовать как сегмент деятельности, в производстве товаров и услуг материализация добавленной стоимости, осуществляется посредством цифровых технологий, особенно в отраслях, которые являются интернет зависимыми.

Цифровая экономика образовывается на основе цифровизации, имеет свою специфику, которая состоит в следующем: первостепенна роль индивидуума в создании и контроле личного контента; информация играет активную роль; в основном сетевая структура коммуникаций; сетевые платформы являются основой экосистемы и трансформации бизнеса; искусственный интеллект выступает как практически неограниченной модель различных производственных отношений и средств производства [6].

Следовательно, сутью цифровой экономики является превращение информационных ресурсов и технологий, имеющихся на предприятиях, в стране, в такие активы, благодаря использованию которых можно сокращать издержки, повышать скорость и результативность бизнес-процессов.

Для обоснования термина «Цифровая экономика» рассматривают следующие концепции и теории:

1) Теория экономического порядка Вальтера Ойкена, предполагающая, что хозяйственная деятельность регулируется либо в соответствии с программами, которые были разработаны самостоятельно многочисленными домашними хозяйствами и ИП, вступающими друг с другом в экономические отношения, либо координируется централизованно согласно планам. То есть рыночная и административная экономики являются способами организации управления производством [5]. Следовательно, что главной задачей цифровой экономики является создание интегрированных цифровых платформ для практической реализации, используя информацию и технологии.

2) Положение, о трех ключевых задачах экономики, сформулированных Полом Са-муэльсоном. Предполагал, что необходимо иметь точное представление от том, какие блага, для кого и в каком количестве необходимо производить. Данные задачи, применительно к цифровой экономике, определяют важность соответствия применяемых цифровых технологий уровню развития систем управления или производства и оценки влияния их на экономический рост, качество жизни, общественное производство.

3) Модель архетипов отраслей – позволяет принимать в расчет специфику экономических секторов для создания инновационной стратегии развития, определения направления цифровизации, особенностей и факторов ее эффективности: для инновационного развития, определения в потребительском сегменте баланса, для совершенствования производственных процессов [3].

К понятию цифровая экономика в теоретическом плане существуют два подхода:

Классический – цифровая экономика основана на цифровых технологиях в сфере электронных товаров и услуг (медиа контент, дистанционное обучение и т.д.);

Расширенный – цифровая экономика с как экономическое производство с применением цифровых технологий, включая цепочку услуг и товаров, совершаемых с помощью: Интернет вещей, логистики, умной фабрики и т.д. [2];

Происхождение термина «цифровая экономика»

Термин «цифровая экономика» используется для описания рынков, которые сосредоточены на цифровых технологиях и показывают замену механических и электронных устройств в конце 20-го века на цифровые [1].

Продукт информационного общества – экономика нового уклада прошла три этапа:

1) 1990-е годы – возникновение и развитие Интернета, основа цифровой экономики.

2) Начало 2000-х годов – цифровая экономия есть деловая активность на базе Интернета.

3) 2010-е годы – цифровая экономика начала рассматриваться в связи с внедрением новых датчиков и развитием ИКТ.

Дальнейшее развитие связано с переходом к умному управлению – новому этапу, сокращающему издержки, формирующему цифровые экосистемы, новую предпринимательскую культуру.

Процессы обусловившие цифровизацию происходили постепенно, задолго до появления понятия «цифровая экономика» [7].

Цифровые технологии

Создают новые возможности для автоматического управления логистическими и производственными процессами: большие данные, квантовые технологии, робототехника, технологии дополнительной и виртуальной реальности, блокчейн, искусственный интеллект, беспроводная сеть и т.д.

Цифровая экосистема – предполагает комплексное взаимодействие потребителей и поставщиков. Например, такие компании гигантские платформы Amazon или социальная сеть Фейсбук.

На следующих положениях базируется представления о цифровой экосистеме:

1) Концепция цифрового двойника, для сбора и повторного использования цифровой информации;

2) Клиентоориентированный подход, согласно которому количеством товаров, находящихся на складе у продавца, управляет поставщик;

3) Комплексное управление жизненным циклом проекта.

Функционирование цифровой экосистемы дает начало развитию сервисной модели по принципу «продукт-услуга» [8].

Таким образом, Цифровая экономика формируется на основе цифровизации и имеет свою специфику, определяющуюся способом создания добавленной стоимости путем роста интеллектуализации алгоритмов, систематизации и наращивания предмета труда.

Трансформация моделей бизнеса и формирование цифровых экосистем определено возрастающей сложностью экономики, ростом информационной деятельности в сфере обеспечения всех стадий производства услуг и товаров.

Массовое использование цифровых устройств привело к возникновению, новых цифровых технологий, являющихся основой современной экономики, базирующейся на самоорганизации, саморазвитии, самосовершенствовании и автоструктурировании многих экономических процессов.

### Список использованных источников

1. Бухт, Р., Хикс Р. Определение, концепция и измерение цифровой экономики // <https://iorj.hse.ru/data/>

2. Ефимушкин, В.А. Понятие цифровой экономики // <https://bi.hse.ru/>

3. Иванов, В.В., Малинецкий Г.Г. Цифровая экономика: мифы, реальность, перспектива. – Москва, 2017.

4. Нейсбитт, Дж., Эбурдин П. Что нас ждет в 90-е годы. Мегатенденции. Год 2000. – Москва, 1992.

5. Смородинская, Н.Ф. Усложнение организации экономических систем в условиях нелинейного развития. [spkurdyumov.ru/uslozhnenie-organizacii-ekonomicheskix-sistem](http://spkurdyumov.ru/uslozhnenie-organizacii-ekonomicheskix-sistem).

6. Шейхова, М.С, Воденко К.В., Сафонова С.Г., Бреусова Е.А. Материально-техническая база отечественного АПК: проблемы и перспективы в условиях цифровизации, Московский экономический журнал. – 2021. – №7.

7. Шейхова, М.С., Кувичкин Н.М., Шевцова А.В. Подготовка кадров для современного АПК в условиях становления цифровой экономики // В сборнике: Актуальные проблемы использования почвенных ресурсов и пути оптимизации антропогенного воздействия на агроценозы: цифровизация, экологизация, основы органического земледелия, материалы международной научно-практической

конференции: (посвященная 181-летию Донского ГАУ). Персиановский, 2021. – С. 365-372.

8. Шейхова, М.С., Жукова К.В. Цифровые технологии: особенности и перспективы их применения в отечественном сельском хозяйстве // В сборнике: Формирование конкурентной среды, конкурентоспособности и стратегическое управление предприятиями, организациями и регионами. Сборник статей 6 Международной Научно-практической конференции. Пенза, 2021. – С. 288-292.

## DIGITAL ECONOMY

**M.S. Sheikhova, I.A. Zhukova, E.V. Parkhomenko**

*FSBEI HE «Donskoy SAU»,  
Persianovskiy, Russia*

The article examines the main components of the digital economy, as a term, essence, key stages of development, driving forces and factors affecting the effectiveness of modern digitalization. It has been established that the digital economy is formed in accordance with the needs of society in the economic sphere, changing as a result of the introduction of new technologies.

**Keywords:** digital economy, digitalization, digital technologies, digital ecosystems.

УДК 658.8

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

**М.С. Шейхова, И.С. Раденко, А.И. Новиков**

*ФГБОУ ВО «Донской ГАУ»,  
П. Персиановский, Россия  
\*ИСОиП (филиал) ДГТУ,  
г. Шахты, Россия*

В статье мы рассмотрим маркетинговую концепцию, её особенности, важность и преимущества, а также разберём основные вопросы и задачи.

**Ключевые слова:** экономика, маркетинг, потребитель, концепция.

В современной промышленной экономике производственный потенциал был развит до такой степени, что большинство рынков являются рынками покупателей (т.е. покупатели являются доминирующими), а продавцы изо всех сил борются за потребителей, и в конечном итоге потребители стали занимать место уникальной важности. Коммерческие фирмы признают, что «Существует только одно правильное определение бизнес-цели для создания клиента». Другими сло-

вами, признание важности маркетинга ведет к принятию маркетинговой концепции. [5]

Концепция маркетинга – это философия, согласно которой фирмы должны анализировать потребности своих клиентов, а затем принимать решения для удовлетворения этих потребностей лучше, чем у конкурентов. Сегодня большинство фирм приняли маркетинговую концепцию, но так было не всегда. В 1776 году в книге «Богатство наций» Адам Смит писал, что потребности производителей следует рассматривать только с точки зрения удовлетворения потребностей потребителей. Чтобы лучше понять концепцию маркетинга, стоит рассмотреть ее в перспективе, рассмотрев другие философии, которые когда-то были преобладающими. После Второй мировой войны ассортимент товаров увеличился, и на жесткие продажи больше нельзя было рассчитывать для увеличения продаж. С увеличением дискреционного дохода клиент мог позволить себе быть избирательным и покупать только те продукты, которые точно отвечали его меняющимся потребностям, и эти потребности не были сразу очевидны. Ключевыми вопросами стали:

- Чего хотят клиенты?
- Можем ли мы развивать его, пока они все еще этого хотят?
- Как мы можем удовлетворить наших клиентов?

В ответ на этих требовательных клиентов фирмы начали внедрять маркетинговую концепцию, которая включает:

- Сосредоточение внимания на потребностях клиентов перед разработкой продукта;
- Приведение всех функций компании в соответствие с этими потребностями;
- Получение прибыли за счет успешного удовлетворения потребностей клиентов в долгосрочной перспективе;

Когда фирмы начали внедрять маркетинговую концепцию, они, как правило, создавали отдельные отделы маркетинга, целью которых было удовлетворение потребностей клиентов.

Другими словами, маркетинговая концепция нацелена на ориентацию на потребности и желания клиентов, подкрепленную комплексными маркетинговыми усилиями, направленными на обеспечение удовлетворенности клиентов как ключа к достижению организационных целей. [1]

### **Особенности маркетинговой концепции**

Основными особенностями маркетинговой концепции являются:

1) *Ориентация на потребителя*: отличительной чертой маркетинговой концепции является важность, придаваемая потребителю. Определение того, что должно быть произведено, должно находиться не в руках фирм, а в руках потребителей. Фирмы должны производить то, что хотят потребители. Вся деятельность маркетолога должна быть ориентирована на потребителя. Если все это будет сделано эффективно, продукты будут автоматически покупаться потребителями.

2) *Интегрированный маркетинг*: Второй особенностью маркетинговой концепции является интегрированный маркетинг, т.е. интегрированное управленческое действие. Маркетинг никогда не может быть изолированной функцией управления. Каждая деятельность на стороне маркетинга будет иметь некото-

рое отношение к другим функциональным областям управления, таким как производство, персонал или финансы. Точно так же любое действие в определенной области производства или финансов, безусловно, окажет влияние на маркетинг и, в конечном счете, на потребителя. В коммерческой фирме, которая принимает маркетинговую концепцию в качестве краеугольного камня своей философии бизнеса, ни одна область управления не может работать изолированно. Поэтому в интегрированной системе маркетинга различные функциональные области управления интегрируются с функцией маркетинга. Интегрированный маркетинг предполагает надлежащую коммуникацию между различными областями управления, при этом маркетинг влияет на процесс принятия корпоративных решений. Таким образом, когда целью фирмы является получение прибыли за счет удовлетворения потребителей, естественно, из этого следует, что различные отделы компании достаточно интегрированы друг с другом, и их усилия направляются через главный отдел маркетинга на достижение цели удовлетворения потребителей.

3) *Удовлетворенность потребителей*: Третья особенность маркетинговой концепции - удовлетворенность потребителей. Цель компании, внедряющей маркетинговую концепцию, состоит в том, чтобы удовлетворить потребности клиентов настолько идеально, чтобы они стали постоянными или постоянными удовлетворенными клиентами. Таким образом, «удовлетворение» – это надлежащая основа, на которой только любой бизнес может построить свое будущее.

4) *Реализация организационных целей*: хотя организационные цели могут отличаться от фирмы к фирме, ключевые области, такие как инновации, положение на рынке, прибыль и социальная ответственность, являются общими для всех фирм. Согласно концепции маркетинга, правильный способ достижения этих организационных целей заключается в обеспечении удовлетворенности потребителей.

5) *Создание прибыли*: Отличительной особенностью маркетинговой концепции является то, что она рассматривает создание прибыли как важнейшее требование для любого бизнеса. Концепция маркетинга направлена против спекуляции, но не против прибыли. Разумная прибыль или излишек необходимы для выживания и роста бизнес-организаций [3].

### **Важность маркетинговой концепции**

Коммерческие предприятия осуществляют свою маркетинговую деятельность в соответствии со следующими пятью маркетинговыми концепциями [7].

#### **1. Концепция производства**

Концепция производства – это старейшая концепция, в соответствии с которой бизнесмены производят товары, думая, что клиенты заинтересованы только в недорогих, широкодоступных и легкодоступных товарах. Отделка и интерес клиентов не важны для производителей. Они фокусируются только на крупномасштабном производстве и стараются сделать его доступным в больших масштабах. Они стараются добиться высокой эффективности производства и создания широкого дистрибьюторского охвата [6].

#### **2. Концепция продукта**

Потребители отдадут предпочтение тем продуктам, которые предлагают наибольшее качество, производительность и характеристики, что является основой концепции продукта. Они считают, что потребители готовы платить более

высокую цену за товары или услуги, которые обладают дополнительным качеством. Компании, которые концентрируются на концепции продукта, сосредоточены на совершенствовании продукта. Они постоянно улучшают качество и характеристики продукции, чтобы удовлетворить и привлечь клиентов. Слишком пристальное внимание к продукту может сбиться с пути и привести к сбою. Например, производитель печенья выпустил новую марку печенья с хорошим цветом, ингредиентами, упаковкой и т.д., Не придавая особого значения вкусам и предпочтениям потребителей. Это может потерпеть неудачу на рынке, если печенье не понравится конечному потребителю.

### ***3. Концепция продаж***

В концепции продаж производители считают, что агрессивное убеждение и продажа являются сутью их успеха в бизнесе. Они думают, что без таких агрессивных методов они не смогут продавать или существовать на рынке. Они сосредоточены на поиске путей и средств продажи своей продукции. Они считают, что сами потребители не будут покупать достаточное количество товаров или услуг предприятий самостоятельно. Следовательно, они прилагают значительные рекламные усилия для продажи своего продукта с помощью рекламы и других средств. Концепция продаж предполагает, что потребители сами по себе не будут покупать достаточное количество продукции предприятия, если предприятие не предпримет активных усилий по продажам и продвижению [4].

### ***4. Маркетинговая концепция***

В соответствии с концепцией маркетинга задача маркетинга начинается с поиска того, чего хочет потребитель, и производства продукта, который будет соответствовать требованиям потребителя и обеспечит максимальное удовлетворение. С этой точки зрения возникла концепция «Клиент - король». В процессе эволюции многие организации изменили свой образ мышления, чтобы соответствовать концепции маркетинга. В соответствии с этой концепцией производители рассматривают потребности и желания потребителей как руководящий дух и поставляют такие товары, которые могут удовлетворить потребности потребителей более эффективно и действенно, чем конкуренты. Маркетинговая концепция ориентирована на потребителя и рассчитана на получение долгосрочной прибыли за счет создания сети удовлетворенных потребителей. Когда организация практикует маркетинговую концепцию, вся ее деятельность, такая как исследования и разработки, дистрибуция, контроль качества, финансы, производство, продажа и т.д., направлена на удовлетворение потребностей и желаний потребителей.

### ***5. Социальная концепция***

С ростом осознания социальной ответственности бизнеса предпринимаются успешные попытки превратить бизнес-организации в социально ответственные. Ухудшение состояния окружающей среды, чрезмерная эксплуатация ресурсов и растущее движение потребителей обусловили необходимость признания и актуальности маркетинга, основанного на социальной ответственности. Социальная концепция – это расширение концепции маркетинга, охватывающее общество в дополнение к потребителям. В соответствии с социальной концепцией бизнес-организация должна учитывать потребности и желания потребителей и эффективно предоставлять товары и услуги, чтобы сбалансировать удовлетворенность потребителей, а также благосостояние общества [2].

### **Преимущества маркетинговой концепции**

Основные преимущества маркетинговой концепции описаны ниже.

**Преимущества для фирм:** Фирма, которая верит в маркетинговую концепцию, всегда чувствует пульс рынка благодаря непрерывному маркетинговому аудиту и маркетинговым исследованиям. Он быстро реагирует на изменения в поведении покупателей. Он устраняет любые недостатки в своем продукте, и это оказывается полезным для фирмы. Фирма придает большее значение планированию, исследованиям и инновациям, и ее решения больше не основаны на догадках, а на надежных научных данных и правильной интерпретации таких данных. Прибыль для фирмы становится более определенной.

**Преимущества для потребителей:** Концепция различных конкурирующих фирм, направленная на удовлетворение потребностей потребителя, ставит последнего в завидное положение. Разумные цены, лучшее качество и легкая доступность в удобных местах – вот некоторые из преимуществ, которые получает потребитель как прямой результат маркетинговой концепции.

**Польза для общества:** Практика маркетинговой концепции способствует улучшению образа жизни, повышению уровня жизни, а также приводит к развитию предпринимательских талантов. Все это задает темпы социально-экономического развития [1].

### **Заключение**

Таким образом, маркетинговая концепция приносит пользу организации, потребителю и обществу в целом. Правильное понимание этой концепции имеет основополагающее значение для изучения современного маркетинга.

### **Список использованных источников**

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.: Пер. с англ. – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 656 с.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / Под ред. проф. В.А. Алексунина. – Москва: «Дашков и К°», 2002. –614 с.
3. Портер Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер; Пер. с англ.- 3-е изд.-М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 453 с.
4. Kholodova, M.A., Safonova S.G., Sheykhova M.S. Key development strategies for small regional agribusinesses, Lecture Notes in Networks and Systems. – 2021. – Т. 206. – С. 41-48.
5. Шейхова, М.С., Орлова Е.П. Рынок зерна в России: анализ и перспективы развития; Вестник Донского государственного аграрного университета. – 2021. – № 3 (41). – С. 137-144.
6. Шейхова, М.С., Рейханова И.В. Разработка методов и систем принятия стратегических решений в области расширения рынка сбыта; В сборнике: Современное состояние и приоритетные направления развития аграрного образования и экономики предприятий. Материалы международной научно-практической конференции. пос. Персиановский, 2021. – С. 209-212.
7. Antonov, V.G., Atabekova N.K., Pozdnyakova U.A., Novikov A.I. Digital human: principles of behavior in the market and internal contradictions; Lecture Notes in Networks and Systems. – 2020. – Т. 87. – С. 161-167.



# CONCEPTUAL FRAMEWORK OF MARKETING MANAGEMENT IN A MODERN ORGANIZATION

M.S. Sheikhova, I.S. Radenko, A.I. Novikov\*

*FSBEI HE «Donskoy SAU»  
Persianovsky, Russia  
\*ISOiP (branch) DSTU,  
Shakhty, Russia*

In this article, we will consider the marketing concept, its features, importance and benefits, as well as analyze the main issues and tasks.

**Key words:** economics, marketing, consumer, concept.

УДК 336

## КОРОНАВИРУСНАЯ ИНФЛЯЦИЯ КАК ФАКТОР РОСТА ИНДЕКСА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН

М.С. Шейхова, А.И. Новиков\*, Л.С. Рощупкина

*ФГБОУ ВО «Донской ГАУ»,  
п. Персиановский, Россия  
\* Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ  
в г. Шахты, Россия*

В статье представлены результаты исследования инфляции как экономического явления в России – специфика инфляционных процессов в России, как пандемия коронавируса повлияла на инфляцию, а также прогнозы уровня инфляции на ближайшее время. Главными причинами возникновения инфляции в РФ являются высокие инфляционные ожидания населения, увеличения курса рубля, который непосредственно связан с ценами на нефть и газ, монополизм, а также мировые кризисы. Кроме того, в российской экономике чаще всего встречается инфляция издержек. Пандемия коронавируса замедлила инфляцию из-за снижения покупательского спроса. В настоящий момент трудно делать какие-либо прогнозы относительно инфляции, потому что экономика страны и мира в целом находится в нестабильном положении, однако Правительство рассчитывает сохранять инфляцию на уровне 3,5-4 %.

**Ключевые слова:** инфляция во время пандемии, карантин, индекс цен, (COVID-19).

Инфляция означает постоянный рост общего уровня цен. Инфляция - это обесценивание денег, проявляющееся в форме повышения цен на продукты и услуги без увеличения их качества. Инфляция вызывается переполнением каналов денежного обращения избыточной денежной массой при отсутствии адекватного увеличения товарной массы.

По мнению множества экспертов, в данный момент Российская Федерация находится на пороге нового кризиса, если не уже находится в нем, в связи с весенним падением цен на нефть и пандемии коронавируса в мире, и нам следует ожидать повышения уровня инфляции. Именно поэтому проблема инфляции в России считается актуальной в настоящий момент [1].

В период пандемии инфляция основательно закреплена в соответствии с эталонами долгосрочных ожиданий, известными как уровни безубыточности инфляции, которые оцениваются на основании прибыльности государственных облигаций в 14 странах. Эти идеалы, которые считаются предметом пристальных наблюдений, до настоящего времени показывали стабильность как в течение кризиса, так и во время восстановления, хотя неясность по поводу мониторинга сохраняется.

Распространение коронавируса поменяло структуру затрат домохозяйств, а также затруднило службам статистики сбор данных о ценах. По причине этого официальная инфляция в одних странах оказалась заниженной, а в иных – завышенной.

По причине карантина и социального дистанцирования люди существенно уменьшили траты на одни товары и услуги – например, на транспорт, туризм, общественное питание, занятия спортом – и увеличили на иные, например, на продукты питания, домашние развлечения. Воздействие пандемии на потребительское поведение, скорее всего, будет продолжительным, демонстрирует глобальный опрос McKinsey: даже после снятия части ограничительных мер и восстановления финансовой деятельности основная масса потребителей пессимистично настроены относительно будущего и в условиях сократившихся доходов намерены тратить средства в основном на предметы первой необходимости, экономя на остальном [2].

Изменение структуры расходов, а также невозможность отслеживать ценовые котировки везде вызвали затруднения с расчетом индекса потребительских цен.

В настоящее время высокий уровень инфляции является преимущественно эффективным ответом на кризис. Но многие страны мира хотят официально поддерживать невысокий уровень инфляции за счет имеющихся инструментов ЦБ, нацеленных на замедление инфляционных явлений, невзирая на то что это может привести к понижению темпов роста экономики.

По мониторингу ЦБ, «годовая инфляция по результатам 2020 года составит 3,8-4,8 % и стабилизируется вблизи 4 % в дальнейшем». Динамика инфляции станет формироваться под воздействием «глубокого падения внутреннего и внешнего спроса» [3].

Таким образом, в динамике российского ИПЦ во время коронакризиса присутствует присущая неопределенность. Изменение потребительских цен за весь момент коронакризиса, т.е. от момента, предшествовавшего введению ограничений, до времени, когда обстановка на потребительском рынке в целом восстановится, можно будет определить довольно точно. Это обусловлено тем, что по завершению коронакризиса возможно ожидать устранения ключевых переколов структуры потребительских расходов и возвращения на рынок товаров и услуг, недоступных во время кризиса.

На сегодняшний день непросто что-либо утверждать об экономическом будущем государства, но Правительство делает все возможное, чтобы избежать сильного подъема инфляции по причине в мире [4].

Стоит добавить, что инфляция должна существовать, ведь она помогает экономике вернее развиваться – так, любители кейнсианства считают, что небольшая инфляция вынуждает население упорнее трудиться, незаметно уменьшая реальные доходы.

Итак, подводя итоги, можно сделать вывод, что основными факторами возникновения инфляции в РФ считаются высокие инфляционные ожидания населения, увеличения курса рубля, который непосредственно связан с ценами на нефть и газ, монополизм, а также мировые кризисы. Кроме того, в российской экономике чаще всего встречается инфляция издержек. В настоящее время установлен курс на снижение инфляции и её таргета.

Ведущими методами в данный момент считается снижение инфляционных ожиданий, соперничество с монополизацией, подавление подъема валютной массы и стимулирование предложения. Пандемия замедлила темпы инфляции (из-за невысокого спроса), но в то же время и замедлила всю экономику государства и мира в целом, в следствие этого правительства различных стран, в том числе России, снижают первостепенные ставки, чтобы «оживить» экономику. В настоящее время не просто делать мониторинги относительно экономики, так как она находится в нестабильном положении, но Правительство намеревается удерживать инфляцию на уровне 3,5-4 %.

#### **Список использованных источников**

1. Коронавирусная инфляция: как COVID-19 влияет на индекс потребительских цен [Электронный ресурс] URL: <https://econs.online/articles/ekonomika/koronavirusnaya-inflyatsiya>
2. Указ Президента Российской Федерации от 11 октября 1996 г. № 1428 «О Временной чрезвычайной комиссии при Президенте Российской Федерации по укреплению налоговой и бюджетной дисциплины»
3. Борисова, И., Замараев Б., Киюцевская А., Назарова А., Суханов Е. Российская экономика в 2009 году: стремительное падение и медленное восстановление. // Вопросы экономики. – 2010. – №4. – 24-42 с.
4. Кудрин, А. Инфляция: российские и мировые тенденции // Вопросы экономики. – 2007 г. – №10. – 4-26 с.

#### **CORONAVIRUS INFLATION AS A GROWTH FACTOR IN THE CONSUMER PRICE INDEX**

**M.S. Sheiknova, A.I. Novikov\*, L.S. Roshchupkina**

*FSBEI HE «Donskoy SAU»,  
Persianovsky, Russia*

*\* Institute of Service and Entrepreneurship (branch) of DSTU in Shakhty,  
Shakhty, Russia*

The article presents the results of a study of inflation as an economic phenomenon in Russia - the specifics of inflationary processes in Russia, how the coronavirus pandemic affected inflation, as well as forecasts of the inflation rate for the near future. The main reasons for the occurrence of inflation in the Russian Federation are high inflation expectations of the population, an increase in the ruble exchange rate, which is directly related to oil and gas prices, monopolism, as well as global crises. In addition,

cost inflation is most common in the Russian economy. The coronavirus pandemic has slowed inflation due to a decrease in consumer demand. At the moment, it is difficult to make any forecasts regarding inflation, because the economy of the country and the world as a whole is in an unstable situation, but the Government expects to keep inflation at the level of 3.5-4 %.

**Keywords:** inflation during the pandemic, quarantine, price index, (COVID-19).

**УДК 005.8**

## **ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ**

**М.С. Шейхова, В.О. Горшков, А.В. Лихоманова**

*ФГБОУ ВО «Донской ГАУ»,  
п. Персиановский, Россия  
ИСОиП (филиал) ДГТУ,  
г. Шахты, Россия*

В статье перечислены некоторые методологии управления проектами, такие как Agile, Scrum, PriSM, PRINCE2, Lean. Анализ выбранных моделей позволил сделать вывод, что каждая из рассмотренных моделей имеет свои преимущества и недостатки.

**Ключевые слова:** наука управления, методы проект менеджмента, гибкость, эффективность.

Управление проектами – это применение специальных знаний, методов и инструментов для удовлетворения или превышения требований и ожиданий от проекта всех заинтересованных лиц.

Под «Проектом» понимают временное предприятие, направленное на создание уникального продукта, услуги или результата [1].

Развитие науки управления зародилось в древние времена. Египтяне возводили пирамиды. Под руководством императора Китая Цинь Шихуанди, который командовал миллионами рабочих была построена Великая Китайская стена [2]. Именно они были первыми участниками таких масштабных проектов. С течением времени и развитием новых технологий, люди стремятся совершенствовать проект и сделать его максимально эффективным.

Успех любого серьезного проекта зависит от минимизации рисков, доступности ресурсов для достижения целей, а также наличия четкого плана. Каждый проект уникальный и не имеет универсальной методики проект-менеджмента, которая подходила бы любому руководителю. Существуют различные способы осуществления проектов, каждый из которых индивидуален.

Для успешной реализации проекта в установленных границах – необходимо управлять проектом. Эффективная система управления проектами в боль-

шой степени является гарантом успешности реализации того или иного проекта компании [3].

Методы управления проектами позволяют:

- установить структуру проекта, обозначить проектные цели;
- отобрать исполнителей проекта;
- установить источники финансирования и необходимые объемы;
- составить график его выполнения, рассчитать ресурсы для его реализации и определить сроки реализации проекта;

Agile – это название методики управления проектами, в которой проект разделен на несколько небольших частей, которые вместо длительного выполнения всего проекта, будут завершены к определенному сроку.

И методика Agile представляет собой целый комплекс методов, согласно которым весь проект разделяется на небольшие под проекты, а не на последовательные фазы, а на небольшие. По мере завершения они складываются в заключительный результат.

Основные принципы Agile:

1. Вовлечение пользователей имеет решающее значение;
2. Чтобы принимать решения, команды должны быть высокоэффективными;
3. Цикличность и этапность как основа;
4. Концентрируется на частых представлениях промежуточных результатах проектов;
5. Использование совместного подхода к реализации плана;
6. Завершения отдельного этапа, для перехода к следующему.

В Agile акцент делается на людях и отношениях между ними, как главном факторе успешности проекта. Люди руководят и применяют необходимые им инструменты и процессы, а не работают под управлением ранее принятого регламента.

Преимущества:

- гибкость и адаптивность;
- быстрое и относительно безболезненное реагирование на изменения;
- отлично подходит для разработки инновационных продуктов с высоким уровнем неопределенности и низкой информативности.

Недостатки:

- трудности при заключении договоров. Scrum не подразумевает наличие фиксированного технического задания и фиксированного бюджета, что затрудняет юридическое оформление такого рода договоренностей;
- большое количество исключений. Специалисты данной области считают эту методологию неприменимой для работы с государственными заказами, и совершенно нерабочей при заниженных сроках работ или бюджете, низкой квалификации команды, некомпетентном менеджере проекта. В то время как другие методологии хотя и на низком уровне, позволяют завершить проект при подобных условиях;
- узкая специализация методов. Допустим, если использовать Scrum при разработке сайтов, этапы контента и дизайна уже будут выходить за рамки методологии и требовать совершенно другого подхода.

PRINCE2 – это подход к управлению проектами, реализующийся на организации и контроле над всем проектом от начала и до конца [4]. Это означает тщательное планирование проекта перед запуском, точную организацию всех стадий процесса и устранение всех недоработок до того, как проект будет завершен.

Преимущества:

– распределения ответственности по уровням управления и наличие четкого описания;

– необходимо подробное документирование;

– учет предыдущего опыта. Акцент на документации и прошлом опыте, что позволяет снизить риски.

Недостатки:

– сложно адаптировать к изменениям. Если требования к проекту изменятся, придется перераспределять ресурсы и переделывать документацию. Это значительно замедляет ход работы над проектом;

– отсутствие отраслевых практик;

– ориентированность только на крупные компании.

PRiSM методология рассматривает весь жизненный цикл проекта (с момента зарождения идеи до выведения продукта проекта из фазы эксплуатации и далее возможного перепрофилирования [5]. Проекты рассматриваются с точки зрения их воздействия на экологический, социальный и экономический аспекты жизни.

Преимущества:

– актуален для современных проектов, в которых учет затрат на устойчивость и охрану окружающей среды являются главными критериями успеха;

– конкурентная идеология управления проектами для больших проектов, в которых особое внимание уделяется утилизации отходов, сокращению энергопотребления и уменьшению воздействия на окружающую среду.

Недостатки:

– не подходит проектам, для которых не является проблемой воздействие на окружающую среду, например, творческим проектам;

– необходимо, чтобы все члены проекта, а также внешние заказчики и заинтересованные стороны были готовы следовать принципам устойчивости, что редко встречается в современных организациях.

Lean – это методология, в основе которой лежит идея устранения отходов, лишних трат и оптимизации процесса производства [6].

Основными целями бережливого производства являются:

• сокращение затрат, в том числе трудовых;

• сокращение сроков создания продукции;

• сокращение производственных и складских площадей;

• гарантия поставки продукции заказчику;

• максимальное качество при определённой стоимости либо минимальная стоимость при определённом качестве.

Преимущества:

– экономия времени

– контроль качества

– экономия денежных ресурсов из-за сокращения расходов на каждом производственном этапе

– экономия места

Недостатки:

– высокая стоимость внедрения

– сопротивление со стороны персонала

Таким образом, начиная новый проект, первое, что должен сделать руководитель проекта, это выбрать способ коммуникации со всеми участниками проекта. Именно это решение, в итоге, определит будущее рабочего процесса, эффективность коммуникаций и работы.

Подходов, к управлению проектами, очень много, поэтому, прежде чем сделать выбор, нужно иметь представление о наиболее используемых. При этом, нужно понимать преимущества и недостатки каждого из них.

Важно понимать, что каждая методология управления проектами предлагает разные стратегии, способствующие успешной реализации проекта. Тщательно подобранная методология учитывает особенности проекта и дает правильные принципы управления, командной работы, инструкции по контролю, проверке и оценке результата, и многие другие преимущества.

#### **Список использованных источников**

1. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК®). 5-е изд. / Пер. с англ. – М.: Олимп-бизнес, 2014;

2. <https://zen.yandex.ru/media/id/5bc46560dca03c00aba381e5/cin-shihuandisozdatel-edinogo-kitaia-ili-velikie-dela-i-velikie-zlodeianiia> [Электронный ресурс] [5ead3bd92027132c419e08fc](https://zen.yandex.ru/media/id/5bc46560dca03c00aba381e5/5ead3bd92027132c419e08fc) [Электронный ресурс]

3. Болиева, И. А. Современные методы управления эффективностью инвестиционных проектов / И.А. Болиева, А. Ю. Архестов // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. – 2012. – № 5(49). – С. 79-85.

4. <https://www.wrike.com/ru/blog/prince2-vedushhaya-metodologiya-upravleniya-proektami/> [Электронный ресурс]

5. <https://blog.ganttpro.com/ru/top-metodologiy-upravleniya-proektami/> [Электронный ресурс]

6. <https://blog.ganttpro.com/ru/berezhlivoe-proizvodstvo-lean/> [Электронный ресурс]

#### **THE EFFECTIVENESS OF PROJECT MANAGEMENT METHODS**

**M.S. Sheykhova, V.O. Gorshkov, A.V. Likhomanova**

*Donskoy SAU,  
Persianovsky, Russia  
ISOiP (branch) DSTU,  
Shakhty, Russia*

The article contains some project management methodologies, such as Agile, Scrum, PriSM, PRINCE2, Lean. The analysis of the selected models made it possible

to conclude that each of the considered models has its own advantages and disadvantages.

**Key words:** management science, project management methods, flexibility, efficiency.

УДК 338.43

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ

М.С. Шейхова, Е.П. Орлова

*ФГБОУ ВО «Донской ГАУ»,  
п. Персиановский, Россия  
ИСОиП (филиал) ДГТУ,  
г. Шахты, Россия*

В статье рассмотрены возможности формирования условий устойчивого развития сельских территорий на основе определения социальной характеристики жителей сельского поселения и их потребностей, совершенствование системы аграрного образования в интересах устойчивого развития сельских территорий.

**Ключевые слова:** сельское хозяйство, сельские территории, демографический потенциал, инфраструктура.

Для сельской местности характерна неравномерность социально-экономического развития, которая во многом обусловлена влиянием природно-климатических факторов, состоянием экономики регионов и возможностями финансовой поддержки. Необходимость государственного регулирования сельских территорий во многом вызвана рядом все возрастающих социально-экономических проблем, особенно характерных для сельской местности: низким уровнем жизни сельского населения, бедностью и высокой скрытой безработицей, слабым уровнем развития инфраструктуры [2].

Особую актуальность проблеме развития сельских территорий придает то обстоятельство, что сельское хозяйство, которое является основной отраслью экономики в сельской местности, может выполнять не только функцию продовольственного обеспечения (производства продовольствия), но и ряд социально значимых функций, например таких, как обеспечение соответствующего уровня жизни и занятости сельского населения, сохранение культурно-исторического наследия в сельской местности, препятствие деградации земель и др. [4].

Сельские территории выполняют целый ряд важнейших общенациональных функций: производственную, демографическую, трудовую, жилищную, пространственно-коммуникационную и функцию социального контроля



над сельской территорией, краткая характеристика которых представлена в таблице.

На развитие сельских территорий оказывает влияние огромная масса факторов, к определению перечня и классификации которых авторы подходят по-разному. Большинство из них факторы подразделяют на объективные и субъективные, внешние и внутренние, жесткие и мягкие и т.д. [3].

Таблица 1 – Общациональные функции сельских территорий

Функции	Краткая характеристика
производственная	удовлетворение потребностей общества в продовольствии и сырье для промышленности, продукции лесного, охотничье-промыслового и рыбного хозяйства и в другой не-сельскохозяйственной продукции
демографическая	увеличение демографического потенциала страны
трудо-ресурсная	обеспечение городов мигрировавшей из села рабочей силой; использование в городских организациях трудоспособного сельского населения
жилищная	размещение на сельских территориях жилых домов граждан, имеющих доходное занятие в городе, а также на предоставление им в пользование объектов сельской социальной и инженерной инфраструктуры
пространственно-коммуникационная	размещение и обслуживание дорог, линий электропередачи, водопроводов и других инженерных коммуникаций, средств связи
социальный контроль над сельской территорией	содействие органам государственной власти в обеспечении общественного порядка и безопасности в сельских поселениях

Каждая из таких разработок имеет определенную научную и практическую ценность, в связи с чем заслуживает внимания со стороны исследователей. Вместе с тем при выборе рассматриваемых факторов следует учитывать, что решающая роль в сельском развитии принадлежит системе управления данным процессом.

Факторы, имеющие управленческую природу, разделены на три группы: характеризующие статику, методы и децентрализацию государственного управления. Такой подход к систематизации факторов позволяет четче представить, в разрезе каких блоков их следует рассматривать и определять направления развития. При этом, каждый из них ориентирован на решение определенной задачи: первый – преимущественно на формирование основы самой системы управления, второй – на создание условий для развития предпринимательства и социальной сферы села в целом по стране, третий – на социально-экономическое развитие сельских муниципальных образований в рамках полномочий, предоставленных государством [1].

Говоря о социальной инфраструктуре сельских территорий выделяет следующие факторы развития:

1. Уровень развития экономики;

2. Приоритетные направления государственной аграрной политики;
3. Финансирование программ развития социальной инфраструктуры сельских территорий;
4. Уровень развития кредитных и финансовых институтов;
5. Уровень развития общественных институтов;
6. Природно-климатические условия сельских территорий;
7. Обычаи, исторический опыт, традиционный образ жизни сельского населения;
8. Система расселения;
9. Уровень сельскохозяйственной освоенности территории, состояние аграрного землепользования;
10. Уровень развития агропромышленного комплекса и сельского хозяйства;
11. Уровень развития предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве и смежных сферах хозяйственной деятельности;
12. Уровень благосостояния сельского населения;
13. Наличие альтернативных мест приложения труда;
14. Уровень инженерной освоенности территории;
15. Состояние земельных, других природных ресурсов, окружающей среды в целом;
16. Местоположение сельских территорий относительно городов, крупных населенных пунктов, транспортных магистралей;
17. Наличие у сельского населения возможности получения земли в собственности;
18. Структура населения, проживающего в сельских территориях.

При чем, комплексное воздействие названных факторов на исследуемую систему позволяет добиться положительной динамики развития элементов социальной инфраструктуры; выпадение какого-либо фактора или недостаточное функционирование соответствующих институтов создают ограничивающие, лимитирующие условия развития инфраструктуры; отсутствие необходимых факторов или дестабилизирующий характер их влияния приводят к негативным тенденциям развития системы, разрушению социальной инфраструктуры сельских территорий.

#### **Список использованных источников**

1. Формирование инновационной модели развития предприятий АПК : теоретические основы, приоритеты и инструменты реализации : монография / О. Н. Бунчиков, С. Г. Сафонова, М. А. Холодова, М. С. Шейхова ; Донской ГАУ ; ФГБНУ Федеральный Ростовский аграрный центр (ФРАНЦ). – Персиановский : Донской ГАУ, 2020. – 188с.
2. Сафонова, С.Г. Развитие агробизнеса Ростовской области в условиях новых возможностей и ограничений/ С.Г. Сафонова, М.С. Шейхова // Московский экономический журнал. – 2019. – № 12. – С. 91.
3. Холодова, М.А. Об обновленных формах государственной поддержки сельского хозяйства региона / М.А. Холодова, С.Г. Сафонова, М.С. Шейхова //

Региональные проблемы преобразования экономики. – 2019. – № 11 (109). – С. 42-50.

4. Федоров, В.Х. Основные подходы к управлению устойчивым развитием сельских территорий Дона / В. Х. Федоров, С. Г. Сафонова, М. С. Шейхова, Н. М. Кувичкин // Московский экономический журнал. – 2020. – № 8. – С. 30.

## CONCEPTUAL FRAMEWORK SUSTAINABLE RURAL DEVELOPMENT TERRITORIES AT THE PRESENT STAGE OF IMPLEMENTATION REGIONAL STATE POLICY

M.S. Sheikhova, E.P. Orlova

*FGBOU VO «Donskoy GAO»  
P. Persianovsky, Russia  
ISOiP (branch) of DSTU  
Shakhty, Russia*

The article considers the possibilities of forming conditions for sustainable development of rural areas based on the definition of the social characteristics of rural residents and their needs, improving the system of agricultural education in the interests of sustainable development of rural areas.

**Keywords:** agriculture, rural territories, demographic potential, infrastructure.

УДК 338

## БРЕНД В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

А.А. Яковлева<sup>1</sup>

*ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет  
промышленных технологий и дизайна»,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

Данная статья посвящена анализу процесса формирования бренда. Приведена последовательность создания бренда, который в будущем станет успешным и прибыльным. В статье перечислены критерии прибыльности и лидерства бренда на рынке, а также роль бренда в современной экономике.

**Ключевые слова:** бренд, рынок, товар, потребитель, экономика, прибыль.

В настоящее время существует множество товаров и услуг, и для того чтобы какой-то продукт был узнаваем и привлекал большое количество покупателей или имел большой спрос, придумали бренд.

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: к.э.н., доцент Леонов С.А.

Бренд – это так называемый символ, название, дизайн, логотип, цвет или другая информация о товаре или услуге, которую отличает от других его конкурентов на рынке. Огромную роль в его становлении играет эмоциональная составляющая. Когда мы говорим или думаем о названии какого-либо бренда, на ум приходят ассоциации, представления или характеристики о данном продукте. Он должен быть узнаваем, чтобы продукт пользовался спросом.

Одним из главных составляющих бренда является репутация компании и их продукции. Благодаря его популярности, продаваемый продукт получает признание и пользуется спросом потребителей.

Многие предприниматели активно используют брендинг и его возможности. Наличие сильного и известного бренда дает преимущество на рынке. Оно способствует увеличению прибыльности и объему продаж, упрочнению позиций на рынке.

Брендинг в экономике играет важную роль на между продавцами, товарами и покупателями. Он расширяет возможности маркетинга отношений.

Для создания своего бренда и своего уникального продукта требуется провести целый комплекс мероприятий. Необходимо проанализировать рынок и сферу деятельности, в которой планируется дальнейшая работа, изучить конкурентов, определить целевую аудиторию. И только после этого заняться разработкой продукта и его продвижением.

Чтобы бренд занимал лидирующее положение в своей сфере, важно позиционирование, которое связано с эмоциональными потребностями и желаемым образом потребителей. Посредством коммуникаций происходит продвижение бренда, привлекая внимание потребителя и побуждая к покупке товара. Также большую роль в продвижении играет реклама и PR. PR является более эффективным средством раскрутки бренда. Его отличие от рекламы состоит в использовании независимых от производителя источников, и народ скорее доверится мнению экспертов, друзей или знаменитостей, нежели рекламе. Реклама способна лишь обеспечить и поддержать уже образовавшийся бренд.

Немаловажно обратиться и внутрь организации, которая создает продукт. Ведь бренд обретает популярность и успешность благодаря людям, которые работают в этой компании. Персонал и качество производимых товаров очень важная составляющая в развитии бренда.

Создание хорошего бренда помогает реализации товаров и услуг на рынке, и способствует увеличению прибыли, что делает его важным в современной экономике.

Прибыльность и лидерство на рынке достигается:

Когда бренд охватывает более широкую аудиторию и имеет преданных клиентов. Лояльность покупателей измеряется средним количеством покупок на одного потребителя. На популярность бренда влияет увеличение принадлежащей ей доли рынка. Необходимо постоянно работать над привлечением новых покупателей.

– Когда предлагаемая продукция выгодно отличается удобством использования, широким выбором функций и длительным сроком службы.

– Должна быть продумана глобальная стратегия и стремление заявить о себе на мировом рынке.

– Для того чтобы стать лидером на рынке, организация должна проанализировать большой объем информации о рынке, правильно провести анализ свое-

го бизнеса, выявить благоприятные возможности и определить потенциал прибыльности.

Оказывая большое влияние на экономические процессы, бренд способствует дифференциации продукта у потребителей, появлению более широкого выбора товаров, способствует увеличению налоговых отчислений в государственный бюджет, является неотъемлемой частью экономического роста компании и своей страны.

В заключении можно отметить, что бренд в современной экономике играет ведущую роль, потому что является долговременной инвестицией. На сегодняшний день бренды долгожители показывают постоянное улучшение качества производимых продуктов, для того чтобы не терять своих клиентов.

### Список использованных источников

1. Годин, А.М. Бренддинг – Москва: Аспект-пресс, 2007. – С.131.
2. Рабина, А.Т. Бренды в жизни// Фирма. – 2009. – № 12
3. Аакер, Д. Создание сильных брендов. 2-е изд. – Москва: Изд. дом - Гребенникова, 2010. – 440 с.
4. Аакер, Д., Иохимштайлер Э. Бренд-лидерство: новая концепция бренддинга. – Москва: Изд. дом Гребенникова, 2010. – 380 с.
5. Что такое бренд и почему он так важен / Блог о маркетинге (actualmarketing.ru)
6. Леонов С.А. Особенности реализации товаров субъектами предпринимательской деятельности на маркетплейсах // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov3.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).
7. Леонов, С.А. Форсированная цифровизация бизнеса в условиях «индустрии 4.0» // Дневник науки. 2021. №10 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/10/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 09.11.2021).
8. Леонов, С.А. Влияние миссии компании на организацию внутренних бизнес-процессов // Дневник науки. 2021. №8 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2021/8/economy/Leonov2.pdf> (Дата обращения 07.09.2021).

## BRAND IN MODERN ECONOMY

**A.A. Yakovleva**

*FSBEI HE «St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design»,  
St. Petersburg, Russia*

This article is devoted to the analysis of the brand formation process. The sequence of creating a brand that will become successful and profitable in the future is given. The article lists the criteria for the profitability and leadership of the brand in the market, as well as the role of the brand in the modern economy.

**Key words:** brand, market, product, consumer, economy, profit.

## ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

**Ж.Н. Моисеенко**

*ФГБОУ ВО Донской государственный аграрный университет  
п. Персиановский, Россия*

Эффективность участия в проекте определяется с целью проверки реализуемости проекта и заинтересованности в нем всех его участников.

**Ключевые слова.** Проект, цикл, управление.

Коммерческая эффективность (финансовое обоснование) проекта определяется соотношением финансовых затрат и результатов, обеспечивающих норму доходности. Оценка экономической деятельности предприятия может проводиться простым и дисконтированным методами. Простой экспресс-метод позволяет достаточно быстро на основании расчетов выполнить оценку, информация, которой может характеризовать низкий уровень разработки проекта и подтвердить его неприемлемость по сложным расчетам. Простым методом определяют показатели:

1. капитальные вложения в создание единицы производственной мощности или в единицу продукции;
2. норма прибыли проекта как отношение чистой прибыли к общему объему инвестиций или к инвестируемому акционерному капиталу, %;
3. срок окупаемости или период возврата инвестиций, как отношение общего объема инвестиций к сумме чистой прибыли и амортизационных отчислений.

Указанные показатели не учитывают неравномерность одинаковых сумм поступлений или платежей по разным периодам времени, что приводит к необходимости использования более сложных показателей.

Метод дисконтирования. Оценки эффективности инвестиций основывается на ряде принципов.

1-й принцип – расчеты базируются на показателях денежного потока от производственной и инвестиционной деятельности.

2-й принцип – обязательное приведение показателей к текущей (дисконтированной) стоимости. Дисконтированием денежных потоков называют приведение разновременных значений к значениям их ценности на определенный момент времени, который называется моментом приведения.

3-й принцип – учет фактора инфляции. Для обеспечения сравнимости результатов, полученных при различных уровнях инфляции, перед дисконтированием корректируют либо прогнозный денежный поток путем пересчета в цены, очищенные от инфляции, или коэффициент дисконтирования.

4-й принцип – вариация форм используемой ставки дисконтирования в зависимости от целей оценки.

Результаты определения коммерческой эффективности проекта существенно зависят от нормы дисконта. Выбор ставки дисконтирования должен

быть обоснованным. Формировать ставку дисконта в бизнес-плане желательно поэлементно. Она рассчитывается как сумма, каждое слагаемое которой учитывает составляющие дисконта, %: безрисковая ставка; инфляционная премия; премия за риск; премия за низкую ликвидность и др.

С учетом изложенных выше принципов методика оценки эффективности инвестиций основана на следующих показателях:

- чистый дисконтированный доход (NPV);
- индекс доходности (PC);
- срок окупаемости (PP);
- внутренняя норма доходности (рентабельности) (IRR).

Важный показатель, используемый для оценки и прогнозирования эффективности инвестиций - индекс доходности (PC), основанный на дисконтировании денежных поступлений, характеризует доход на единицу затрат. Если  $PC < 1$  или равен ему, проект должен быть отвергнут - он не принесет дохода инвестору. К реализации могут быть приняты инвестиционные проекты только со значением показателя  $PC > 1$ .

В отличие от чистого дисконтированного дохода данный показатель относительный, поэтому его удобно использовать при выборе варианта проекта из числа альтернативных.

**Простым сроком окупаемости (PP)** называют продолжительность периода от начального момента до момента окупаемости. Начальный момент указывают в задании на проектирование (обычно это начало операционной деятельности). Моментом окупаемости называют тот наиболее ранний момент времени в расчетном периоде, после которого текущий чистый доход становится и в дальнейшем остается неотрицательным.

**Внутренняя норма доходности (IRR)** - значение ставки дисконтирования, при котором величина NPV проекта равна нулю. Внутренняя норма доходности представляет собой ту норму дисконта, при которой величина приведенных эффектов равна приведенным инвестиционным затратам. Внутренняя норма доходности определяет максимально приемлемую процентную ставку, при которой можно инвестировать средства без каких-либо потерь.

При разработке финансового плана необходимо учитывать следующие моменты.

1. Достоверность представленных материалов.
2. Должны быть предусмотрены несколько вариантов расчетов (оптимистический, пессимистический и т. д.).
3. Финансовый план не должен расходиться с показателями, представленными в других разделах бизнес-плана.

Все финансовые результаты первого года реализации проекта обычно рекомендуется просчитывать ежемесячно, второго – поквартально, третьего и последующих - по результатам года.

### Список использованных источников

1. Бегларян, К.Э. Теоретические аспекты анализа жизненного цикла предприятия / К.Э. Бегларян // Научная палитра. – 2020. – № 2 (28). – С.14.

2. Васильева, С.И. Особенности обучения персонала на различных этапах жизненного цикла организации / С.И. Васильева // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2018. – № 2 (108). – С. 34.

3. Моисеенко, Ж.Н., Гужвина А.А. Теоретические основы жизненного цикла проекта В сборнике: Государственное управление и развитие России: вызовы и перспективы. сборник статей V Всероссийской научно-практической конференции. Пенза, 2021. – С. 130-132.

## EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE INVESTMENT PROJECT

**Zh.N. Moiseenko**

*Don State Agrarian University  
p. Persianovsky, Russia*

The effectiveness of participation in the project is determined in order to verify the feasibility of the project and the interest of all its participants in it.

**Keywords.** Project, cycle, management.

**УДК 334.02**

## ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ

**Д.М. Шакирова, Д.С. Баширова**

*ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»,  
г. Казань, Россия*

Любая организованная компания, в условиях изменения экономики и жесткой конкуренции, для выживания, нуждается в бизнес-проектах. Для этого компании следует применять методы проектного управления, с помощью которых компания более обоснованно определяет цели инвестиций, планируют свою инвестиционную деятельность, улучшает использование имеющихся ресурсов, учитывают проектные риски.

**Ключевые слова:** проект, управление проектами, оценка эффективности, количественная и качественная оценка.

Проект – это комплекс усилий, предпринимаемых с целью получения конкретных уникальных результатов в рамках отведенного времени и в пределах утвержденного бюджета, который выделяется на оплату ресурсов, используемых или потребляемых в ходе проекта [1].

Каждый проект индивидуален и включает различные уникальные элементы, требующие решения возникающих проблем и новейших технологий.



С другой стороны, даже стандартные проекты, для выполнения которых используются известные и отработанные методы и приемы, требуют в той или иной степени подгона под заказчика, что также делает их уникальными.

Система управления проектами – это набор организационных и технологических методов и инструментов, которые поддерживают управление проектами в компании и помогают повысить эффективность их реализации.

Для повышения эффективности нужно разработать действенный план, приносящий результат. Он должен учитывать внутренние задачи и работу фирмы, а также все изменения внешней обстановки. Сочетая это с особенностями производственных моментов, появятся различные способы повышения эффективности.

Преимущества при применении проектного управления:

- увеличение эффективности проектов компании и использования всех видов ресурсов;
- сокращение времени и трудоемкости работ;
- учет и управление рисками проектов;
- обеспечение качества работ;
- централизованное хранение информации и возможность оперативного получения данных с необходимой детализацией;
- контролировать сроки, согласовывать и утверждать бюджет;
- прогнозировать возможные сценарии развития проектов;
- возможность быстрого анализа влияния изменений в графике;
- повышение гибкости и производительности работ;
- определение информационных потоков проектной деятельности.

Эффективное использование системы управления проектами зависит от множества факторов, которым нужно уделить особое внимание, в особенности процессу разработки проекта, реализации и только после этого проводить масштабирование решения для оценки и анализа эффективности проекта [2].

Оценка эффективности системы управления связана с решением ряда различных задач. Главная задача любой системы управления состоит в обеспечении воздействия на управляемый объект с целью улучшения его показателей. Определение и выбор критериев зависят от сферы деятельности организации, состава системы и характеристики применяемого проекта. Критерии можно разделить на две основные группы: количественные и качественные.

Качественная оценка подразделяется на три основные группы:

1. Увеличение эффективности работы по утвержденным параметрам;
2. Количественные показатели, которые позволяют косвенно дать оценку работе;
3. Выполнение определенных целей.

Количественная оценка определяется посредством сравнительного анализа изменения каких-либо показателей:

- Изменения бюджета на утвержденный проект;
- Отклонение в выполнении работ;
- Избавление от недостатков, которые были обнаружены во время проверки качества проекта.

Сбалансированная система показателей (Balanced Scorecard) – это система стратегического управления компанией на основе измерения и оценки ее эффективности по набору оптимально подобранных показателей, отражающих все аспекты деятельности организации, как финансовые, так и нефинансовые.

В соответствии с данным методом организация рассматривается и оценивается в четырех перспективах:

1. В финансовом состоянии (финансовые показатели компании);
2. С занимаемой позицией компании на рынке (общее количество клиентов, доля рынка и т.д.);
3. Вопросы, связанные с внутренними бизнес процессами (их эффективность);
4. Вопросы, связанные с управлением персонала (их развитие, обучение).

Для каждой цели, установленной компанией, вырабатываются ключевые показатели эффективности (КПД, Key Performance Indicator – KPI). Такие показатели являются, по сути, измерителями достижимости целей, компания получает определенную картину кратко- и среднесрочных целей, финансовых и нефинансовых показателей деятельности.

Таким образом, управление проектом позволяет наиболее ясно установить направление будущего развития стратегии организации, определить основные цели и уже достигнутые результаты, выявить основные критерии (показатели) эффективности, производить оценку этих критериев и на основании этой оценки осуществлять коррективы в проектном управлении для успешного осуществления стратегии организации.

## EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF PROJECT MANAGEMENT

**D.M. Shakirova, D.S. Bashirova**

*Kazan State Power Engineering University,  
Kazan, Russia*

Any organized company, in conditions of changing economy and fierce competition, needs business projects to survive. To do this, the company should apply project management methods, with the help of which the company more reasonably determines the investment goals, plans its investment activities, improves the use of available resources, and takes into account project risks.

**Keywords:** project, project management, efficiency assessment, quantitative and qualitative assessment.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Оценка эффективности проектного управления: сайт. – URL: <https://sovman.ru/article/0304/> (дата обращения 01.12.2021).

2. Критерии оценки эффективности управления проектами: сайт. – URL: [http://rusnauka.com/36\\_PVMN\\_2012/Economics/10\\_122773.doc.htm](http://rusnauka.com/36_PVMN_2012/Economics/10_122773.doc.htm) (дата обращения 01.12.2021).

## EVALUATION OF THE EFFICIENCY OF PROJECT MANAGEMENT

**D.M. Shakirova, D.S. Bashirova**

*FSEI HPE "Kazan State Power Engineering uUniversity",  
Kazan, Russia*

Any organized company, in a changing economy and fierce competition, needs business projects to survive. To do this, the company should apply project management methods, with the help of which the company more reasonably determines investment goals, plans its investment activities, improves the use of available resources, and takes project risks into account.

**Keywords:** project, project management, performance assessment, quantitative and qualitative assessment.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМ ПРОГРЕССОМ В МАШИНОСТРОЕНИИ РФ</b>	
Б.Я. Татарских.....	3
<b>ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В ЭКОНОМИКЕ</b>	
А.А. Аминова, Е.А. Долонина.....	8
<b>МОЛОДЕЖНАЯ ПОЛИТИКА КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА</b>	
И.Г. Аникин, Т.В. Петренко.....	10
<b>СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ</b>	
А.П. Ануфриева.....	12
<b>АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ОТДЕЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В ПОСТКОВИДНЫЙ ПЕРИОД</b>	
А.А. Ануфриева.....	16
<b>СПОСОБЫ УТИЛИЗАЦИИ ДЫМОВЫХ ВЫБРОСОВ. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ</b>	
П.В. Афанасьева, А.А. Мацкив.....	20
<b>АКТУАЛЬНОСТЬ АВТОМАТИЗАЦИИ СКЛАДА</b>	
И.И. Ахтарьянова, Е.Д. Крицкая.....	23
<b>СУЩНОСТЬ ОПТИМИЗАЦИИ УЧЕТА И АНАЛИЗА АКТИВОВ ОРГАНИЗАЦИИ И ИСТОЧНИКОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ</b>	
Э.В. Бабакехян, Р.С. Гунчаракова, М.А. Сапунова.....	26
<b>ДОМИНИРОВАНИЕ ТЕХНИКИ APPLE НА РЫНКЕ</b>	
О.Д. Бебекин.....	30
<b>РОЛЬ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ЖИЛЬЕ И ГОРОДСКАЯ СРЕДА» В БЛАГОУСТРОЙСТВЕ МУНИЦИПАЛИТЕТОВ</b>	
С.В. Бессергенов, А.Г. Фурин.....	33
<b>ВЛИЯНИЕ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА НА КАЧЕСТВО ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ</b>	
Д.Р. Билалова.....	37
<b>ВНЕШНЯЯ ЛИБЕРАЛИЗАЦИЯ КАК ПРЕДПОСЫЛКА ФОРМИРОВАНИЯ ЕДИНОГО РЫНКА</b>	
Е.В. Бондаренко, Е.Ю. Собащук, Р.Ю. Собащук.....	41
<b>ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЕДИНОГО РЫНКА</b>	
Е.В. Бондаренко, Е.Ю. Собащук, Р.Ю. Собащук.....	43
<b>ОПЕРАЦИОННАЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ: ОЦЕНКА, ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ</b>	
Н.А. Бондаренко.....	45
<b>ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19</b>	
В.В. Владыкина.....	49
<b>О ЗАДАЧАХ В СФЕРЕ ПОВЫШЕНИЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ</b>	
Е.А. Власенкова.....	51
<b>ПРОБЛЕМА МОШЕННИЧЕСТВА И КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ПРИ ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ</b>	
Е.А. Власова.....	56

<b>УЧЕТ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ</b>	
В.С. Горяйнова.....	59
<b>ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ПРОМЫШЛЕННЫЙ СЕКТОР</b>	
Д.В. Григорьев, О.Н. Пушкарев.....	62
<b>КОРПОРАТИВНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ РОССИИ</b>	
<b>В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ</b>	
А.В. Гуреев.....	64
<b>СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА</b>	
Ф.Ф. Дадабаев.....	68
<b>«ОПЫТ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССА «НАЗНАЧЕНИЕ</b>	
<b>ЕЖЕМЕСЯЧНОЙ ДЕНЕЖНОЙ ВЫПЛАТЫ В СЛУЧАЕ РОЖДЕНИЯ</b>	
<b>(УСЫНОВЛЕНИЯ) ТРЕТЬЕГО РЕБЕНКА ИЛИ ПОСЛЕДУЮЩИХ</b>	
<b>ДЕТЕЙ ДО ДОСТИЖЕНИЯ РЕБЁНКОМ ВОЗРАСТА ТРЁХ ЛЕТ»</b>	
<b>В УПРАВЛЕНИИ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ</b>	
<b>АДМИНИСТРАЦИИ ГРАЙВОРОНСКОГО ГОРОДСКОГО ОКРУГА»</b>	
М.В. Дмитренко.....	71
<b>ДЕТЕРМИНАНТЫ СПРОСА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СУБЪЕКТЫ</b>	
<b>МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННЫХ</b>	
<b>УСЛОВИЯХ</b>	
А.В. Дмитрийчук.....	75
<b>ВЛИЯНИЕ ДИЗАЙНА НА ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ</b>	
В.Ю. Доронина.....	79
<b>ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ИСКУССТВЕ</b>	
В.Ю. Доронина.....	82
<b>ПРИМЕНЕНИЕ МОДИФИЦИРОВАННОЙ ВНУТРЕННЕЙ НОРМЫ</b>	
<b>ДОХОДНОСТИ В ВОПРОСАХ ФИНАНСИРОВАНИЯ</b>	
<b>ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>	
Д.А. Дубков.....	85
<b>УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В РОССИИ</b>	
Е.А. Ехлакова, А.И. Валиуллина.....	89
<b>АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНИК ПРОДАЖ</b>	
Е.А. Ехлакова, А.М. Бакирова.....	92
<b>СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b>	
<b>ПРЕДПРИЯТИЯ</b>	
Е.А. Ехлакова, А.Р. Гарипова.....	95
<b>АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ ПОНЯТИЙ «РИСК»</b>	
<b>И «НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ»</b>	
Е.А. Ехлакова, И. Закиров.....	97
<b>SCADA-СИСТЕМЫ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ</b>	
<b>ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</b>	
А.Р. Казиханов.....	101
<b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКОНСТРУКЦИИ</b>	
<b>ЗДАНИЙ ПРИ ПОМОЩИ BIM-ТЕХНОЛОГИЙ</b>	
А.Р. Казиханов.....	103
<b>ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ В РЕКЛАМЕ</b>	
П.С. Калинин.....	105
<b>ПРОБЛЕМА ОРГАНИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОГО КИНОПРОКАТА</b>	
<b>В УСЛОВИЯХ ПРОТИВОЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКИХ</b>	
<b>ОГРАНИЧЕНИЙ</b>	
П.С. Калинин.....	108

<b>ОЦЕНКА ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ</b>	
О.С. Калинина.....	111
<b>СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>	
А. Каримова, Э. Шаймарданова, Г.А. Хазиахметова.....	115
<b>АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ОЦЕНКА ЕЕ УРОВНЯ</b>	
А.Д. Касатов.....	122
<b>РОЛЬ ЭКСПРЕСС АНАЛИЗА АНТИКРИЗИСНОЙ СТРАТЕГИИ</b>	
Е.А. Ковшова, И.К. Иванова.....	126
<b>ВИДЫ ПРОЕКЦИЙ РАВНОВЕСНОЙ КРИВОЙ ЦЕН</b>	
О.В. Конькова.....	129
<b>ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И НАЦИОНАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВО</b>	
О.В. Конькова.....	132
<b>ГОСУДАРСТВО И ЭКОНОМИКА</b>	
О.В. Конькова.....	135
<b>МАРКЕТИНГ И КРИВЫЕ РАВНОВЕСИЯ</b>	
О.В. Конькова.....	138
<b>ПОКАЗАТЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНЬЮКТУРЫ</b>	
О.В. Конькова.....	141
<b>ФЕНОМЕН ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА</b>	
О.В. Конькова.....	144
<b>БАЛАНСОВЕДЕНИЕ КАК НАУКА: СУЩНОСТЬ И ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ В РОССИИ</b>	
М.А. Кубарь, Т.В. Фисько.....	147
<b>МЕСТО И РОЛЬ МЕТОДОВ ИНФОРМАЦИОННО- АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ БАНКОВ</b>	
О.В. Курганова.....	150
<b>ПРОБЛЕМА РАСЧЕТА СТОИМОСТИ В КИНОИСКУССТВЕ. СОПОСТАВЛЕНИЕ БЮДЖЕТА И КАССОВЫХ СБОРОВ</b>	
Ю.А. Курникова.....	153
<b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ ПЕРЕРАБОТКИ ПРОДУКЦИИ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕГИОНА</b>	
В.С. Курносов, Е.А. Гордополов.....	155
<b>ПРОБЛЕМА ЦЕНТРАЛИЗАЦИИ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ</b>	
Л.А. Курицына, Е.О. Тихонова.....	159
<b>ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ</b>	
Т.Р. Лебедева.....	163
<b>ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ</b>	
Е.С. Лермонтова.....	166
<b>МОШЕННИЧЕСТВО В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ</b>	
Н.В. Лихолетова, С.Н. Романцова.....	169

<b>ВИДЫ РЫНКОВ КОНКУРЕНЦИИ НА ПРИМЕРЕ СУЩЕСТВУЮЩИХ КОМПАНИЙ В СФЕРЕ МАШИНОСТРОЕНИЯ, СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА И СВЯЗИ</b>	
К.В. Лобанова.....	173
<b>ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА РАЗВИТИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ</b>	
К.В. Лобанова.....	176
<b>ЦИФРОВОЕ ИСКУССТВО КАК НОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ</b>	
Е.А. Лободина.....	178
<b>ДИАГНОСТИКА ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>	
Е.А. Лободина.....	181
<b>ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПОИСКА СПОСОБОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В КАЧЕСТВЕ СРЕДСТВ УСКОРЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА</b>	
Р.Р. Мавлеев.....	184
<b>ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОСНОВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ</b>	
Р.Р. Мавлеев.....	187
<b>ПРОБЛЕМЫ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ И БЕЗОПАСНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ</b>	
Р.Р. Мавлеев.....	190
<b>СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЭНДОПРОТЕЗИРОВАНИЯ КРУПНЫХ СУСТАВОВ ЧЕЛОВЕКА</b>	
И.В. Маланьина, А.С. Похвалов.....	194
<b>ИННОВАЦИОННЫЕ ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА</b>	
А.С. Марченко, И.В. Сергеев, И.М. Николаев.....	197
<b>СОДЕРЖАНИЕ И ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ КОРПОРАЦИИ</b>	
А.А. Машанова, Е.А. Ехлакова.....	199
<b>К ОБОСНОВАНИЮ ОДНОЙ ТЕОРЕМЫ КАРДИНАЛИСТСКОЙ ТЕОРИИ СПРОСА</b>	
В.М. Мелкумян.....	202
<b>ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ, ИМЕЮЩИХ ОГРАНИЧЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЗДОРОВЬЯ</b>	
Е.Р. Метелева, А.Н. Емельянова.....	210
<b>ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ</b>	
Е.С. Милинчук.....	214
<b>УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>	
Э.И. Миннигулова, Е.А. Ехлакова.....	218
<b>ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ КАЧЕСТВОМ</b>	
Ж.Н. Моисеенко, Д.С. Камышникова.....	221

<b>ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЦЕССОВ ПРОЕКТНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ</b>	
Ж.Н. Моисеенко, И.А. Дубовик.....	223
<b>ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ПОСТАВКАМИ</b>	
Ж.Н. Моисеенко, С.С. Кутыгина.....	226
<b>СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>	
В.В. Мураткина Е.А. Ехлакова.....	229
<b>ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19</b>	
Т.Д. Наумова.....	232
<b>ПРИЧИНЫ НИЗКОЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА В РОССИИ</b>	
С.И. Нестерова, О.С. Страдухина.....	234
<b>ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАН ЕАЭС В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ</b>	
А.А. Носырева, В.И. Абрамов.....	238
<b>ВЛИЯНИЕ МИРОВЫХ ИНФЛЯЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА НАЦИОНАЛЬНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ</b>	
А.С. Павленко.....	243
<b>ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ДОМИНИРОВАНИЕ США: ВЛИЯНИЕ НА МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ</b>	
М.О. Плаксина.....	246
<b>ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ</b>	
А.В. Прахова, А.Б. Вишнякова.....	249
<b>ГЕНЕЗИС ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ «СОБСТВЕННОСТЬ»</b>	
Е.А. Проскуракова.....	254
<b>ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА В РОССИИ</b>	
В.А. Пуцина, С.Г. Сафонова.....	257
<b>УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА</b>	
В.А. Пятаева.....	260
<b>РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ</b>	
Д.А. Рогачева, А.Б. Вишнякова.....	263
<b>ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ</b>	
А.О. Сайкина, А.С. Сёмма.....	268
<b>УПРАВЛЕНИЕ НА ОСНОВЕ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ</b>	
С.Г. Сафонова, П.М. Емельянова.....	271
<b>ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ОСОБЕННОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ ЭКОНОМИКИ</b>	
С.Г. Сафонова, Е.А. Бреусова, А.Н. Ардельян.....	274
<b>ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ ЦИФРОВОЙ ВАЛЮТЫ В РОССИИ</b>	
С.Г. Сафонова, В.В. Корзюкова.....	277



<b>КРИПТОВАЛЮТА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: ЕЁ ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ</b>	
С.Г. Сафонова, А.В. Борботько.....	279
<b>СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ</b>	
А.И. Сахбиева.....	283
<b>АВТОМАТИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА</b>	
К.А. Сикало.....	286
<b>HR–БРЕНДИНГ КАК НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА РЕПУТАЦИЮ КОМПАНИИ</b>	
Е.С. Скорнякова.....	290
<b>МОДЕЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РФ</b>	
А.П. Солянов.....	293
<b>ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБЕСПЕЧЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНО- ТЕХНИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СТРУКТУР</b>	
О.С. Старикова, М.С. Смирнов.....	296
<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА, ПЕРЕПОДГОТОВКА И ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ РАБОЧИХ И СПЕЦИАЛИСТОВ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОЙ ОТРАСЛИ</b>	
О.Е. Старцева.....	300
<b>МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ ОСНОВА МОДЕЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ</b>	
И.М. Тарасова, И.Е. Колодкин.....	304
<b>ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ В СФЕРЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (НА ПРИМЕРЕ Г. АРЗАМАСА)</b>	
Е.О. Тихонова, Д.И. Тихонов.....	308
<b>СУЩНОСТЬ, ФОРМЫ И МЕТОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ</b>	
Е.О. Тихонова, А.В. Кабанова.....	314
<b>ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ РФ</b>	
А.С. Тогулева, О.Н. Пушкарев.....	319
<b>ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕТОДОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ</b>	
А.И. Тюпаева, Л.В. Азарова.....	321
<b>ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ТОРГОВЛИ</b>	
В.Е. Тяптина, А.В. Буянчикова.....	324
<b>АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫБНОЙ ОТРАСЛИ НА БАЙКАЛЕ</b>	
Д.З. Убонова.....	328
<b>АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПАНИЙ</b>	
А.В. Фенева, О.С. Клименко, М.А. Сапунова.....	333
<b>ВНЕШНЯЯ СРЕДА БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИИ</b>	
Я.А. Хадуева, Л.Х. Джабраилова.....	336

<b>СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА НАСЕЛЕНИЯ</b>	
Я.А. Хадуева, К.Х. Ильясова.....	339
<b>УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ МАЛОГО БИЗНЕСА</b>	
Я.А. Хадуева, К.Х. Ильясова.....	343
<b>ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА НА ПРИМЕРЕ Г. МИРНЫЙ</b>	
М.Д. Хайдарова.....	346
<b>ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ</b>	
М.Д. Хайдарова.....	349
<b>КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ФОРЕКС И ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ</b>	
К.С. Хвалёв.....	352
<b>СИСТЕМА «СКРЫТЫХ ФИНАНСОВЫХ РЕЙДОВ» КАК ИСТРУМЕНТ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ</b>	
К.С. Хвалёв.....	363
<b>О НЕКОТОРЫХ ПРОБЛЕМАХ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА</b>	
Т.А. Шабалина.....	378
<b>ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ ПОСТПАНДЕМИЧЕСКОГО ВОССТАНОВЛЕНИЯ</b>	
М.С. Шейхова, Е.П. Орлова.....	381
<b>ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА</b>	
М.С. Шейхова, И.А. Жукова, Е.В. Пархоменко.....	384
<b>КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ</b>	
М.С. Шейхова, И.С. Раденко, А.И. Новиков.....	388
<b>КОРОНАВИРУСНАЯ ИНФЛЯЦИЯ КАК ФАКТОР РОСТА ИНДЕКСА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН</b>	
М.С. Шейхова, А.И. Новиков, Л.С. Рощупкина.....	393
<b>ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ</b>	
М.С. Шейхова, В.О. Горшков, А.В. Лихоманова.....	396
<b>КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ</b>	
М.С. Шейхова, Е.П. Орлова.....	400
<b>БРЕНД В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ</b>	
А.А. Яковлева.....	403
<b>ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА</b>	
Ж.Н. Мойсеенко.....	406
<b>ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ</b>	
Д.М. Шакирова, Д.С. Баширова.....	408

Научное издание

**ФОРМИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ  
УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Статьи публикуются в авторской редакции

Ответственный за выпуск –  
специалист по учебно-методической работе МНИЦ **Е.А. Галиуллина**  
Компьютерная верстка **Т.В. Масловой**

Дата подписания к публикации 27.12.2021.

Условно печатные листы 24,35.

Редакционно-издательский отдел Пензенского государственного аграрного университета. 440014, г. Пенза, ул. Ботаническая, 30, <https://mnic.pgau.ru>; [mnic@pgau.ru](mailto:mnic@pgau.ru); телефоны редакции: тел.-факс. (841-2) 62-90-60, +7 967 442-60-42