

№ 5

2023

ISSN 2411-0450

ЭКОНОМИКА И БИЗНЕС

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА



ISSN 2411-0450 (Print)

ISSN 2413-0257 (Online)

Journal of Economy and Business

ЭКОНОМИКА И БИЗНЕС

теория и практика

№ 5-1 (99)

2023

ЭКОНОМИКА И БИЗНЕС

теория и практика

№ 5-1 (99) май 2023 г.

международный ежемесячный научный журнал

Журнал включен в систему Российского индекса научного цитирования (РИНЦ) на платформе Elibrary.ru

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ФС 77-80221 от 19.01.2021 г. выдано Роскомнадзором.

Главный редактор – Матвеев Данил Максимович, канд. экон. наук, доцент

Члены редакционной коллегии

Кондрашихин А.Б. – д-р экон. наук, канд. техн. наук, профессор (Россия)

Шматко А.Д. – д-р экон. наук, профессор, профессор РАО (Россия)

Сычева И.Н. – д-р экон. наук, профессор (Россия)

Герасимов Б.Н. – д-р экон. наук, профессор (Россия)

Сайлаубеков Н.Т. – д-р экон. наук, профессор (Казахстан)

Мамедов Ф.А. – д-р экон. наук, профессор (Азербайджан)

Абдиев М.Ж. – д-р экон. наук, доцент (Киргизия, г. Ош)

Жалилов Ш.К. – д-р экон. наук, доцент (Узбекистан)

Орлов А.Н. – д-р экон. наук, старший научный сотрудник (Норвегия)

Саидов С.Ш. – д-р полит. наук (Узбекистан)

Ниценко В.С. – д-р экон. наук, доцент (Украина)

Хачатрян Г.А. – канд. экон. наук, доцент (Армения)

Ахмедов М.М. – канд. экон. наук, доцент (Азербайджан)

Муравьева Н.Н. – канд. экон. наук, доцент (Россия)

В журнале «ЭКОНОМИКА И БИЗНЕС: теория и практика» публикуются результаты научных исследований фундаментального и прикладного характера в области экономики, бизнеса, финансов, управления, бухгалтерского учета и логистики. К публикации принимаются статьи как уже состоявшихся ученых, так и начинающих (аспирантов, магистров, студентов).

Рабочий язык журнала русский и английский.

Все статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Редакция оставляет за собой право отклонить поданные на публикацию материалы научных исследований без объяснения причин.

Материалы публикуются в авторской редакции

Контактная информация:

E-mail: Economyandbusiness@yandex.ru

Сайт: <http://Economyandbusiness.ru>

Телефон: +7-905-951-51-63

Ответственный редактор: Меняйкин Данила Владимирович

Учредитель и издатель: ООО «Капитал»

Адрес редакции: 630133, г. Новосибирск, ул. Татьяны Снежиной, д.43/1, 252

Адрес учредителя и издателя: 630133, г. Новосибирск, ул. Татьяны Снежиной, д.43/1, 252

СОДЕРЖАНИЕ

Акимкина Д.А. Диверсификация через малые инновационные предприятия _____	6
Амиров И.Ф. Преобразование бизнеса через HR-аналитику персонала: как использовать данные для оптимизации решений в управлении людьми _____	11
Амирова Р.И. Цифровая грамотность как фактор развития социального капитала _____	15
Арапов О.Д., Бегларян Г.А., Половинчикова А.В. Эволюция инструментов и механизмов поддержки российского бизнеса в Италии в XXI веке _____	22
Атышов К., Коч Халил, Тулеев Т.К., Маманова Ы. Приоритетные направления расширения аграрного экспортного потенциала в Кыргызской Республике _____	29
Ахмадуллин А.Р. Применение методов сокращения времени цикла производства Just-In-Time, KANBAN при производстве металлочерепицы _____	34
Баранова Ю.С., Япрынцева В.А. Анализ перемещения физическими лицами товаров для личного пользования через таможенную границу ЕАЭС _____	38
Белорусова И.А., Ожигов В.О. Анализ внутренней и внешней среды компании «Х» _____	41
Белорусова И.А., Ожигов В.О. Анализ текущих товарных групп компании «Х» и оценка целесообразности инициатив по изменению ассортимента _____	51
Белорусова И.А., Ожигов В.О. Внедрение единого налогового счета в РФ _____	63
Бисултанова А.А. Основные характеристики расходной части бюджета Чеченской Республики _____	68
Бритикова Е.А., Полякова И.И. Разработка решений по формированию инвестиционной привлекательности региона _____	71
Бурков И.И., Голиков В.Ф. Регрессионно-корреляционный анализ влияния уровня цен в Южном федеральном округе на уровень безработицы _____	76
Вейс Ю.В., Алфимов Г.Д. Влияние VR технологий на эффективность производства в нефтегазовом комплексе _____	79
Вейс Ю.В., Овсянникова К.В. Цифровая трансформация в системе менеджмента знаний _____	84
Велегура А.Л., Климовских Н.В. Определение приоритетных направлений социально-экономического развития региона _____	89
Веровичникова А.К., Проценко Ф.В. Анализ состояния отрасли сельского хозяйства муниципальных районов Республики Башкортостан _____	93
Вивальди М.А., Полищук И.С., Куроедов А.Д. Анализ применения таможенных сборов в условиях ЕАЭС _____	97
Волотовская В.А. Структуры поддержки российского бизнеса за рубежом _____	100
Галкин Д.Г. Инструменты государственной поддержки органического сельского хозяйства США _____	105

Галкин Д.Г. Модель развития органического сельского хозяйства Китая _____	108
Гаспарян А.К. Сравнительный анализ реализации стратегии зарубежных и российских футбольных клубов низших дивизионов с высокими результатами _____	111
Герасимов Б.Н. Реформирование подпроцесса управления качеством маркетинга организации _____	122
Глущенко О.В., Пивень И.Г. Особенности организации учета и внутреннего контроля материально-производственных запасов в организациях, оказывающих платные медицинские услуги _____	130
Голикова Т.Е. Особенности состояния контрактной системы Калужской области на примере министерства конкурентной политики Калужской области _____	134
Головащенко И.С., Аглиуллина А.А., Ларионова Г.Н. Модели мониторинга затрат на качество в практике деревообрабатывающих предприятий _____	138
Горпинченко К.Н., Закарян А.С. Методы статистического анализа, как один из инструментов оценки экономического развития Краснодарского края _____	144
Гребенникова В.А., Беляев К.С. Практический опыт применения статистических методов анализа платежеспособности строительных компаний _____	149
Гурджиев Г.М. Анализ результатов деятельности казначейства России по осуществлению внутреннего государственного (муниципального) финансового контроля _____	154
Гусева А.С., Гончарова Д.М., Михальченко В.М. Сотрудничество таможенных служб по защите культурных ценностей _____	159
Джаилова А.Д. Сопряжение экономики Кыргызстана и китайской инициативы «один пояс, один путь» _____	163
Долженков С.Л. Подходы к построению корпоративной модели управления проектами на предприятии _____	167
Доронин В.В. Государственная поддержка предпринимательской деятельности в Калужской области _____	178
Доронин В.В. Предпринимательская деятельность: понятие, виды и формы _____	182
Дорошкевич А.А. Контроль за использованием рабочего времени в организации: формальность или необходимость _____	186
Дорошкевич А.А. Особенности управления персоналом малого бизнеса в условиях цифровизации экономики _____	190
Достай А.О. Основные подходы к теории управленческого учета в международной практике _____	197
Доценко Д.А., Иванов Н.В. К вопросу об изменениях структуры криптовалютного рынка _____	200
Дроковский Н.Б., Есенжулова Л.С. Региональные аспекты адаптивного регулирования денежно-кредитной политики Калининградской области _____	204

Егорова Д.Е. Обеспечение безопасности в процессе реализации внешнеэкономической деятельности _____	210
Еникеева А.И. Социально-психологические факторы эффективности персонала ____	215
Есенжулова Л.С., Дроковский Н.Б. Угрозы и риски экономической безопасности в условиях цифровизации экономики _____	219
Жильченко А.А. Применение кризис-прогнозных моделей в диагностике финансовой устойчивости компании «Sabic» _____	223
Зверева Е.В., Наркевская Т.В. Проблемы реформирования сметно-нормативной базы при переходе к ресурсно-индексному методу определения сметной стоимости строительства _____	231
Зиба Я. Использование инфлюенс-маркетинга в туризме _____	235
Зиба Я. Специфика ведения бизнеса в сфере туризма _____	239
Игнатовский Д.А. Обоснование взаимосвязи миссии и стратегических установок компании на примере деятельности ООО «DNS ритейл» _____	242
Иргашев И.А. Система менеджмента качества в ООО «Меркатор Калуга» _____	246
Канцевая А.А. Антидемпинговые меры в Японии _____	251
Караманов Э. Совершенствование инструментария финансового менеджмента предприятий _____	254

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ЧЕРЕЗ МАЛЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Д.А. Акимкина, канд. экон. наук, старший научный сотрудник
Центральный экономико-математический институт Российской академии наук
(ЦЭМИ РАН)
(Россия, г. Москва)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-6-10

Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского научного фонда, проект № 21-78-20001.

Аннотация. *Запрет на импорт технологий фактически оставил России только два источника новейших технологий: оборонно-промышленный комплекс и малые инновационные предприятия. В статье рассматриваются возможности и эффекты от привлечения малых инновационных предприятий в процесс диверсификации ОПК. Показано, что объединение усилий этих двух секторов будет способствовать ускорению процессов диверсификации, импортозамещения и разработки передовых технологий.*

Ключевые слова: *санкции, импортозамещение, малые инновационные предприятия, диверсификация, ОПК, инновационное развитие.*

Санкционное давление на Россию, выраженное в том числе и в запрете на импорт технологий, современного оборудования, комплектующих, специальной элементной базы, программного обеспечения поставило страну в условия «вынужденного» импортозамещения. Несмотря на то, что импортозамещение уже много лет прописывается во всех отечественных промышленных стратегиях развития в качестве одной из основных целей, до введения запретительных мер импорт не снижался. Импортозамещение в ограниченных условиях – сложная задача, на выполнение которой требуются средства, кадры и время, которого очень мало. Одной из опорных точек интенсификации процесса импортозамещения может стать оборонно-промышленный комплекс России, особенно если делать акцент не на регрессивное, догоняющее импортозамещение (импорто-независимость), а на импортоопережение [1]. Классически именно в военном секторе сконцентрированы передовые технологии, высококвалифицированные инженерные кадры и необходимые ресурсы, позволяющие повысить качество и конкурентоспособность инновационной продукции.

Кроме того, технологическая блокада входит в число стратегических проблем

предприятий самого оборонно-промышленного комплекса [2]. Компании ОПК заключившие процессы диверсификации и импортозамещения в комплекс могут стать драйвером роста отечественной экономики в текущих условиях с фоновой составляющей в виде санкций, геополитических и экономических конфликтов.

Результаты исследования. Партнерство компаний ОПК с инновационными компаниями малого и среднего предпринимательства (МСП) будет способствовать развитию обеих сторон этого партнёрства. Компании смогут повысить свою инновационную активность, квалификацию персонала, будут рациональнее распределять ресурсы, получают другие синергетические эффекты. Для компаний МСП доступнее станут новейшие технологии и кредитование.

В России всего лишь 3% малых и средних предприятий имеют партнерские связи с оборонными компаниями, тогда как в странах Евросоюза доля превышает 20%, в США – 30%, в Израиле около 40% военных НИОКР выполняют малые узкоспециализированные инновационные предприятия [3]. Отечественным инновационным предприятиям вовлекаться в сотрудничество с военными предприятиями мешает ряд барьеров, среди которых бюрократия

(запутанный документооборот, постоянные поправки в законодательстве, регламентация, отчетность), сложная аккредитация и режим секретности.

Малое и среднее предпринимательство обладает рядом общеизвестных особенностей, позволяющих в процессе сотрудничества повлиять на эффективность деятельности оборонных компаний. В первую очередь это близость к потребителю и гибкость, которая позволяет оперативно реагировать на изменения и эффективно перераспределять ресурсы согласно изменившимся условиям. Это можно назвать основным преимуществом малого бизнеса. Малому инновационному бизнесу доступно малосерийное или даже единичное производство уникальной инновационной продукции и её апробация, организация венчурного бизнеса [4]. Не стоит забывать и о том, что каждая фирма – это рабочие места, хотя в последнее время численность

сотрудников на малых предприятиях имеет тренд к сокращению (рис. 1). Сотрудничество позволило бы повысить квалификацию персонала обеих сторон.

Вклад МСП в России в ВВП и в обеспечение занятости населения традиционно ниже, чем в развитых или активно развивающихся странах (рис. 2). Для сравнения, доля государственных компаний в ВВП в России – 50%.

В развитых странах производство новейших товаров и рост ВВП обеспечивают как раз малые инновационные предприятия (МИП, innovative SME). Они являются структурной частью малого предпринимательства, характеризуясь инновационной составляющей. Такие предприятия стимулируют развитие связей между исследовательскими, промышленными и финансовыми секторами, которые могут дать ресурсы, необходимые для инновационной деятельности [6].

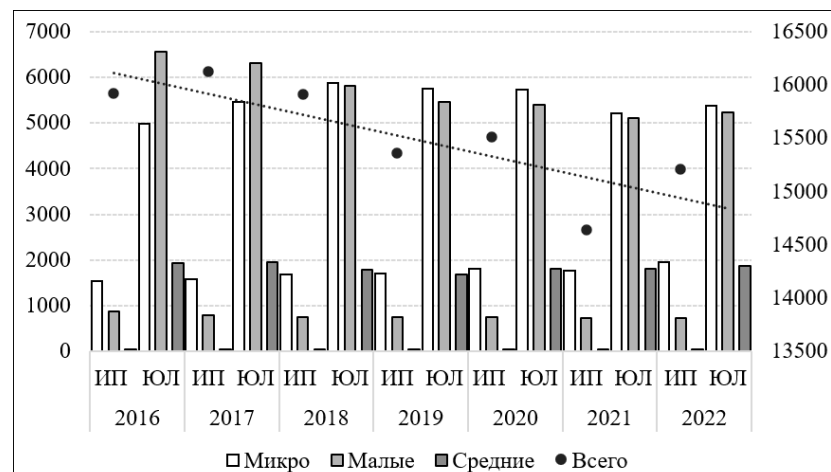


Рис. 1. Численность работников на МСП, тыс. чел.

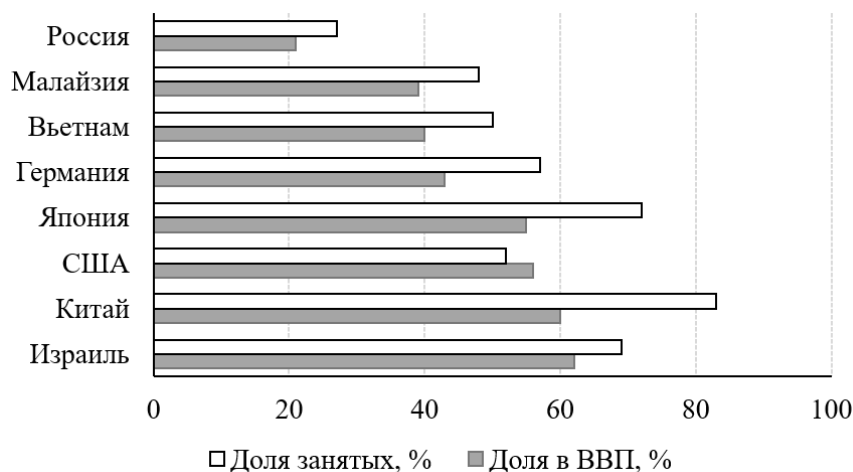


Рис. 2. Сравнение вклада МСП в ВВП и в обеспечение занятости, 2021 г. [5]

Как показывает практика, именно на малых предприятиях обычно реализовываются важнейшие технологические инновации, что делает МИП одним из основных условий успешного формирования национальной инновационной системы.

Четкого определения и критериев отнесения малого предприятия к инновационному нет. Можно отметить следующие характеристики, отличающие МИП от других субъектом малого бизнеса: доля инновационной продукции в общем объёме выпуска, высокая доля затрат на НИОКР, наличие в штате высококвалифицированных инженерных и научных кадров. Малым инновационным предприятием можно назвать хозяйствующий субъект малого предпринимательства, осуществляющий деятельность по созданию, освоению, распространению и реализации новых или усовершенствованных видов продукции (в т.ч. технологий, услуг, методов). В научной литературе приводится, например, ещё такое определение МИП: «это особый тип современной предпринимательской деятельности (составная часть сектора малого предпринимательства), направленной на получение прибыли от проведения научно-исследовательской работы, результатом которой являются создание новой (или совершенствование существующей) конкурентоспособной продукции (технологии, услуг), призванной существенно улучшить условия производства или жизни человека, и ее успешная коммерциализация» [7].

В основном, МИП создаются бюджетными научными и образовательными учреждениями в целях практического применения (внедрения) результатов своей интеллектуальной деятельности. Такие предприятия становятся звеном, связывающим науку с реальным сектором экономики. Второй путь создания МИП – объединение группы разработчиков для создания конкурентоспособной наукоёмкой продукции [8].

Однако для осуществления инновационной деятельности на предприятии требуются технический потенциал и значительные финансовые и кадровые ресурсы, необходимым объемом которых малое

предприятие может и не обладать. Субъекты МСП испытывают постоянную нехватку денежных средств ввиду того, что основным источником финансирования до сих пор является только банковский кредит, который для МСП обычно очень дорогой. Доступ малых предприятий к долгосрочным низкопроцентным заемным средствам и другим источникам финансирования напрямую влияет на эффективность инновационной деятельности.

С техническим, финансовым и кадровым обеспечением малым предприятиям могут помочь предприятия оборонного сектора. ОПК в сложившихся обстоятельствах является единственным сектором, в котором решаются технологические задачи на уровне современных требований. Согласно данным Межведомственного аналитического центра «на долю ОПК приходится более 70 % всей производимой в стране научной продукции, в оборонных отраслях заняты свыше 50 % всех научных сотрудников...» [9].

Эффективное взаимодействие оборонных предприятий с их потенциалом и малых инновационных предприятий с их гибкостью может способствовать развитию обеих сторон этого взаимодействия.

Предприятия ОПК обладают рядом особенностей, мешающих им успешно функционировать в рыночных условиях. Во-первых, на большинстве заводов выпуск оборонной продукции составляет 70-98%, причем 70 % продукции потребляется государством. В связи с этим у оборонных предприятий нет опыта работы в рыночных условиях [9]. Предприятия ОПК осуществляют свою деятельность в рамках гособоронзаказа, попадая в «квазирыночные» условия с проектной формой, ограниченными сроками, жёсткой системой администрирования и регулирования со стороны государства, в том числе и в области ценовой политики. Следовательно, на оборонных предприятиях фактически нет таких специалистов как маркетологи, аналитики и управляющие инновационными проектами. Во-вторых, всегда выстраивается сложная система кооперации как с большим количеством поставщиков комплектующих, так и с организациями, вы-

полняющими НИОКР для военного сектора, что усложняет процесс изготовления конечного продукта. В-третьих, для соблюдения режима секретности формы и возможности кооперации и передачи технологий ограничены [2].

Эти особенности затрудняют проведение диверсификации военного производства в целях выпуска продукции гражданского назначения, поскольку у этих предприятий нет четкого представления производство какой гражданской продукции они могут наладить и успешно реализовывать [2]. А предприятия ОПК, освоив производство высококачественной и конкурентоспособной продукции гражданского назначения, выполняют условия программы диверсификации и автоматически становятся импортозамещающими предприятиями.

Для ускорения процесса диверсификации и коммерциализации рациональным видится привлечение внешних команд специалистов, обладающих необходимыми компетенциями, а также покупка или организация малых инновационных компаний, которые смогут занять на рынке ниши высокотехнологичной продукции. Такой формат сотрудничества выгоден и для малых инновационных предприятий, поскольку оставаясь в независимой форме очень сложно от военного предприятия получить заказ или технологическую помощь. Малому предприятию очень сложно пройти аккредитацию и лицензирование для допуска работы с предприятиями оборонно-промышленного комплекса [9]. К тому же на оборонном предприятии больше технологических возможностей и в определенной степени легче привлечь финансирование.

За рубежом распространена практика сотрудничества лабораторий оборонно-промышленного комплекса с малыми инновационными предприятиями и университетами. Такого рода кооперация показывает себя достаточно эффективной, так как использует сильные стороны каждой из структур. При этом каждый из участников этого взаимодействия находится в выигрыше, так как для МИП это финансирование и обеспечение заказами, для универси-

тетов это потенциал для привлечения, обучения и развития обучить талантливой молодежи, для оборонных предприятий – это новые идеи и помощь в продвижении продукции на рынке. Стоит заметить, что при таком сотрудничестве растет квалификация персонала во всех трёх структурах.

Выстраивание взаимосвязей между этими тремя структурами существенно ускорит процессы импортозамещения, диверсификации, будет способствовать интенсификации научно-исследовательской деятельности, что в свою очередь положительно скажется на сокращении технологического разрыва.

стратегии развития малого и среднего пред-принимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» в качестве основного ориентира указано увеличение доли ВВП, создаваемой малыми и средними компаниями, с 20 до 40%

Заключение. Правительством ставится немало задач по развитию экономики. В «Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» ставится задача увеличить долю ВВП, создаваемой МСП до 40%. Перед оборонной промышленностью Поручением Президента России от 05.12.2016 г. № Пр-2346 поставлена задача по диверсификации производства и повышению доли гражданской промышленности до 50% к 2030 году. Однако количество инструментов для решения этих задач ввиду текущих геополитических событий ограничено.

Увеличить ВВП эффективнее всего выпуская инновационную продукцию с высокой добавленной стоимостью и экспортным потенциалом. Малому бизнесу в одиночку осуществлять такую деятельность проблематично ввиду нехватки финансирования, кадров, технологического обеспечения. Оборонному комплексу для успешной диверсификации и определению наиболее перспективных направлений не обойтись без опыта компаний, работающих на свободном рынке.

Таким образом, стоит острая необходимость кооперации между субъектами малого инновационного предприниматель-

ства и предприятиями ОПК, формат которой требует тщательной разработки и под- ключения сектора образования.

Библиографический список

1. Мусатова М.М. Стратегические направления партнерства компаний ОПК и малого бизнеса в условиях санкционных войн // Журнал «ЭКО». – 2023. – Т. 53. – № 2. – С. 84-102.
2. Довгий В.И., Киселев В.Н. О моделировании процессов диверсификации производства на предприятиях ОПК // Инновации. – 2019. – № 6 (248). – С. 20-26.
3. Малый бизнес в «оборонке». Как небольшие предприятия могут повысить устойчивость ОПК (2021) // Регионы России. 17.02.2021. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.gosrf.ru/malyj-biznes-v-oboronke-kaknebolshie-predpriyatiya-mogut-povysit-ustojchivost-opk/> (Дата обращения: 17.05.2023).
4. Зоидов К.Х., Беломестнов В.Г. Вклад малого и среднего предпринимательства в обеспечение интегративной безопасности государства.
5. Малиновская И.Н., Рудых А.С. Меры государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в развитых и развивающихся странах мира // Управленческий учет. – 2023. – № 4. – С. 223-229.
6. Полещенко К.Н., Верхогляд Е.В. Малые инновационные предприятия: особенности, классификация, институализация // Вестник Омского университета. – 2011. – № 3. – С. 336-343.
7. Смагулова Ж.Б., Бисенова Р.А., Айдосова Б.Х. Роль малых инновационных предприятий в современной экономике // Современные наукоемкие технологии. – 2014. – № 12-2. – С. 213-216.
8. Кондратова Н.В., Сумина О.Е. Малые инновационные предприятия: ключевой ресурс // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – Т. 9. – № 8. – С. 125-131.
9. Кузнецов А.Л., Чикуров Р.В. Социально-экономическая кооперация предприятий оборонно-промышленного комплекса и малого бизнеса в России // Интеллектуальные системы в производстве. – 2022. – Т. 20. – № 1. – С. 69-76.

DIVERSIFICATION THROUGH INNOVATIVE SME

D.A. Akimkina, *Candidate of Economic Sciences, Senior Researcher*
Central Economics and Mathematics Institute, RAS
(Russia, Moscow)

***Abstract.** Due to the technology import ban, there are two sources for the latest technologies in Russia: the defense industry and innovative SMEs. The article discusses the possibilities and effects of attracting innovative SMEs in the process of diversifying the defense industry. It is shown, that integrating these two sectors will speed up diversification, import substitution, and the development of technologies.*

***Keywords:** sanctions, import substitution, innovative SME, diversification, defense industry, innovative development.*

ПРЕОБРАЗОВАНИЕ БИЗНЕСА ЧЕРЕЗ HR-АНАЛИТИКУ ПЕРСОНАЛА: КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ДАННЫЕ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ РЕШЕНИЙ В УПРАВЛЕНИИ ЛЮДЬМИ

И.Ф. Амиров, студент

Научный руководитель: М.Р. Богатырева, канд. социол. наук, доцент

Уфимский университет науки и технологий

(Россия, г. Уфа)

DOI: 10.24412/2411-0450-2023-5-1-11-14

Аннотация. В современном деловом мире HR-аналитика персонала становится все более неотъемлемой составляющей эффективного управления людьми. Эта статья исследует роль и преимущества HR-аналитики в процессе преобразования бизнеса и оптимизации принимаемых решений в управлении персоналом. Она охватывает различные аспекты внедрения HR-аналитики, включая выбор подходящих инструментов и технологий, обучение сотрудников, установление целей и измерение результатов. Также рассматриваются вызовы и ограничения, связанные с использованием HR-аналитики, такие как конфиденциальность данных и ограниченные ресурсы. Статья предлагает практические рекомендации и стратегии для успешного внедрения HR-аналитики, которые помогут организациям оптимизировать решения и достичь значимых преимуществ в управлении персоналом, способствуя успешному развитию бизнеса.

Ключевые слова: HR-аналитика, персонал, оптимизация решений, управление людьми, эффективность, прогнозирование, аналитические инструменты.

В современном мире бизнеса все больше компаний осознают, что для достижения успеха необходимо стратегически управлять своими ресурсами, включая самый важный из них – человеческий капитал. Именно поэтому HR-аналитика персонала становится неотъемлемой частью эффективного управления людьми в организации. С помощью анализа данных и использования современных инструментов аналитики, компании могут принимать обоснованные решения, оптимизировать рабочие процессы и улучшить результаты своей деятельности [1].

Одной из ключевых задач HR-аналитики является сбор и анализ данных о персонале компании. Это включает в себя информацию о профессиональных навыках, опыте работы, образовании, зарплате, производительности, уровне удовлетворенности сотрудников и многом другом. Собирая и систематизируя эти данные, HR-аналитика может выявлять взаимосвязи и тенденции, которые помогут руководству компании принимать обоснованные решения в области управления персоналом.

Одним из основных преимуществ HR-аналитики является возможность прогнозирования. Анализируя данные о персонале и использование методов прогнозирования, компании могут предвидеть потребности в кадрах, определять потенциальные проблемы и предлагать решения заранее. Например, аналитика может помочь определить, когда возникает риск ухода ценного сотрудника и предложить меры для его удержания. Также аналитика может показать, какие навыки будут наиболее востребованы в будущем, что позволяет компании строить стратегию найма и обучения персонала на основе реальных данных и трендов [1].

HR-аналитика также способствует оптимизации решений в области управления людьми. Анализ данных может помочь выявить эффективные методы работы и лучшие практики, которые приносят наилучшие результаты. Например, аналитика может показать, какие программы обучения дают наибольший эффект и какие инструменты мотивации наиболее успешны. Это позволяет компании сосредоточить усилия и ресурсы на наиболее эффективных под-

ходах к управлению персоналом и достижению поставленных целей.

Другой важной областью применения HR-аналитики является улучшение процессов принятия решений в области управления персоналом. Анализ данных может помочь компаниям более точно определить потребности в кадрах, прогнозировать затраты на персонал, оценивать эффективность программ обучения и многое другое. На основе этих данных руководство может принимать обоснованные решения, которые максимально соответствуют стратегическим целям компании и приносят наилучший результат [2].

Основное преимущество использования HR-аналитики, в сравнении с традиционными методами управления персоналом, это возможность предсказывать и прогнозировать различные сценарии, связанные с управлением персоналом. Она помогает выявить тренды и паттерны, которые могут повлиять на производительность и удовлетворенность сотрудников, а также на успешность бизнеса в целом. Точные прогнозы позволяют компаниям принимать предупредительные меры и адаптироваться к изменениям вовремя [2].

HR-аналитика предоставляет фактическую информацию и объективные данные о персонале. Вместо принятия решений на основе предположений или интуиции, компании могут опираться на аналитические выводы и статистику, чтобы принимать обоснованные решения по найму, развитию, удержанию и управлению сотрудниками. Это помогает избежать субъективных ошибок и повышает вероятность успеха в принимаемых мерах.

Система может помочь улучшить эффективность бизнеса. HR-аналитика позволяет оптимизировать процессы управления персоналом и повысить эффективность бизнеса. Анализ данных о производительности, потенциале развития и удовлетворенности сотрудников позволяет выявить узкие места и проблемные области. Благодаря этому компании могут разрабатывать и реализовывать целенаправленные стратегии по повышению эффективности работы персонала, снижению те-

кучести кадров и улучшению бизнес-процессов.

HR-аналитика помогает компаниям привлекать и удерживать высококвалифицированных сотрудников. Анализ данных позволяет выявлять факторы, влияющие на удовлетворенность и уровень удержания сотрудников, а также определять наиболее эффективные методы найма и развития персонала. Компании, основываясь на этих данных, могут разрабатывать персонализированные программы привлечения и удержания талантов, что делает их более привлекательными на рынке труда [2].

Перед началом внедрения HR-аналитики необходимо четко определить цели и ожидания. Определите, какие проблемы или вызовы вы хотите решить с помощью аналитики персонала. Цели должны быть конкретными и измеримыми.

Необходимо исследовать рынок и выбрать HR-аналитические инструменты и технологии, которые наилучшим образом соответствуют потребностям и бюджету организации. Необходимо заранее учесть функциональность, интеграцию с другими системами, возможности визуализации данных и аналитического моделирования [3].

Необходимо обучить сотрудников, ответственных за аналитику персонала, в области современных методов анализа данных, статистики и использования аналитических инструментов.

Определить ключевые метрики и показатели, которые будут использоваться для измерения эффективности HR-аналитики. Это могут быть такие показатели, как уровень текучести кадров, производительность сотрудников, затраты на найм и обучение, уровень удовлетворенности персонала и другие, соответствующие вашим бизнес-целям. Убедитесь, что эти показатели могут быть измерены и отслеживаемы в рамках ваших систем и инструментов аналитики.

Обеспечить централизованное хранение данных о персонале, которые могут быть использованы для аналитики. Интегрировать данные из различных источников, таких как система управления персоналом (HRMS), система учета рабочего времени,

система оценки производительности и другие, чтобы получить полную и надежную картину о персонале [3].

Разработать аналитические модели и методики, которые помогут вам извлечь ценную информацию из данных о персонале. Создать дашборды и визуализации, которые позволят легко интерпретировать результаты аналитики и принимать обоснованные решения.

Установить регулярный график анализа данных, чтобы отслеживать и измерять ключевые метрики и показатели. Анализировать данные, выявить тренды, паттерны и взаимосвязи, которые могут помочь компании принимать стратегические решения по управлению персоналом.

После выполнения внедрения системы, компания может использовать полученные результаты для принятия обоснованных решений по управлению персоналом. На основе данных и аналитических выводов, возможно оптимизировать процессы найма, развития и удержания персонала. Наилучшим решением будет использовать аналитику для выявления слабых мест, определения областей для улучшения и разработки персонализированных стратегий управления людьми [3].

Однако, чтобы успешно использовать HR-аналитику, компании должны обладать соответствующими ресурсами и экспертизой. Основные проблемы, с которыми организация может столкнуться при внедрении системы:

- сбор и анализ данных о персонале может вызывать опасения относительно конфиденциальности и безопасности информации;

- обработка больших объемов информации требует мощных аналитических инструментов и экспертизы в области данных;

- внедрение HR-аналитики может требовать значительных ресурсов, включая

финансовые, технические и человеческие ресурсы.

В современном бизнесе и управлении людьми HR-аналитика персонала играет важную роль и имеет существенное значение. Она предоставляет возможность компаниям собирать, анализировать и интерпретировать данные о своих сотрудниках, что помогает принимать обоснованные и информированные решения по различным аспектам управления персоналом.

Кроме того, HR-аналитика персонала позволяет предсказывать возможные проблемы и риски, связанные с управлением персоналом. На основе данных и статистики компании могут принимать меры по предотвращению текучести кадров, повышению удовлетворенности сотрудников и оптимизации рабочих процессов. Это позволяет компаниям быть более гибкими и адаптивными в быстро меняющейся деловой среде [3].

HR-аналитика также играет важную роль в принятии решений по найму и развитию персонала. Анализ данных позволяет выявить наиболее эффективные методы подбора кандидатов, а также определить потенциал развития и роста каждого сотрудника. Это помогает компаниям создавать команды высокой производительности и разрабатывать персональные программы обучения и развития.

В целом, HR-аналитика персонала становится неотъемлемой частью современного бизнеса и управления людьми. Ее важность заключается в том, что она позволяет компаниям принимать обоснованные решения на основе данных, повышать эффективность работы сотрудников, снижать риски и создавать благоприятную и продуктивную рабочую среду. Использование HR-аналитики стать конкурентным преимуществом на рынке [4].

Библиографический список

1. Ильин, И.В. Современные тенденции HR-аналитики: предиктивная HR-аналитика / И.В. Ильин, И.М. Зайченко, М.А. Яковлева // *Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: Сборник трудов научно-практической и учебной конференции, Санкт-Петербург, 04-06 июня 2019 года. Том Ч. 1.* – Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение выс-

шего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2019. – С. 267-271. – EDN WLXPMO.

2. Лустина, Т.Н. Роль HR-аналитики в кадровом менеджменте / Т.Н. Лустина // Управление персоналом в программах подготовки менеджеров: Сборник материалов международного научно-практического семинара, Воронеж, 29 декабря 2020 года. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2020. – С. 20-24. – EDN XANAOL.

3. Фроловичев, А.И. HR-аналитика как цифровой инструмент управления персоналом / А.И. Фроловичев, Т.С. Казакова // Цифровая трансформация в экономике транспортного комплекса, МОСКВА, 20 декабря 2020 года. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2021. – С. 323-328. – EDN TNKPRB.

4. Богатырева, М.Р. Разбалансированность спроса и предложения на региональном рынке труда / М.Р. Богатырева, Н.К. Кузнецова // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2018. – № 5. – С. 56-61. – EDN YTAGOT.

BUSINESS TRANSFORMATION THROUGH HR ANALYTICS OF PERSONNEL: HOW TO USE DATA TO OPTIMIZE HUMAN MANAGEMENT DECISIONS

I.F. Amirov, *Student*

Supervisor: *M.R. Bogatyreva, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor*
Ufa University of Science and Technology
(Russia, Ufa)

Abstract. *In the modern business world, HR analytics of personnel is becoming an increasingly integral component of effective people management. This article explores the role and benefits of HR analytics in the process of business transformation and optimization of decisions in personnel management. It covers various aspects of the implementation of HR analytics, including the selection of appropriate tools and technologies, employee training, setting goals and measuring results. The challenges and limitations associated with the use of HR analytics, such as data privacy and limited resources, are also considered. The article offers practical recommendations and strategies for the successful implementation of HR analytics that will help organizations optimize solutions and achieve significant advantages in personnel management, contributing to successful business development.*

Keywords: *HR analytics, personnel, decision optimization, people management, efficiency, forecasting, analytical tools.*

ЦИФРОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Р.И. Амирова, младший научный сотрудник

Институт социально-экономических исследований Уфимского научного центра РАН
(Россия, г. Уфа)

DOI: 10.24412/2411-0450-2023-5-1-15-21

Исследование выполнено в рамках государственного задания Уфимскому федеральному исследовательскому центру Российской академии наук № 075-01134-23-00.

Аннотация. Актуальность данной статьи определяется тем, что социальный капитал, который является предметом исследования автора, в современном обществе рассматривается как важная основа влияния на цифровую грамотность. В статье раскрываются теоретико-методологические проблемы анализа социального капитала и цифровой грамотности. Проведено исследование одного из инструментов измерения социального капитала в современном информационном пространстве. Автором использованы следующие методы исследования: дедукция, индукция, обзор научных публикаций, сравнительный анализ статистических данных, метод описания. В результате проведенного исследования получены следующие выводы: 1) характер цифровизации определяется качеством и количеством накопленного виртуального социального капитала, который выражается и в финансовой грамотности; 2) в обществе, в котором активно пользуются интернетом, создаются условия для роста цифровой и финансовой грамотности; 3) государство либо создает стимулы, либо, ввиду отсутствия адекватных методов регулирования, тормозит процесс финансовой грамотности у населения.

Ключевые слова: цифровая грамотность, социальный капитал, финансовая грамотность, виртуализация, информационно-коммуникационные технологии, финансовое поведение.

Развитие цифровых технологий, функционирование в рамках цифровой среды требуют наличия определенных знаний и навыков, получивших название «цифровой грамотности», или «цифровой компетентности». Формирование данных умений у населения происходит как в ходе обучения в системе образования, так и в ходе накопления непосредственного опыта взаимодействия с цифровой средой. В результате различий в условиях и длительности формирования цифровых компетенций и навыков уровень цифровой грамотности разных групп населения различается, формируется неоднородность населения по данному признаку, что особенно проявляется в сравнении разных возрастных категорий.

Актуальным представляется изучение соотношения социального капитала и цифровой грамотности, являющейся неотъемлемой частью современного этапа

развития общества, без которой эффективная и полноценная деятельность в рамках стремительно расширяющейся цифровой среды будет затруднительна. Это условие справедливо и для социального капитала, реализация которой происходит в деятельности. Связь грамотности как таковой и социального капитала определяется тем фактом, что для осуществления деятельности необходимо знание определенных правил, форм осуществления коммуникации, взаимодействия, принятых в той социальной среде, в которой находится индивид, то есть именно грамотности. От степени владения такими навыками и знаниями прямо пропорционально зависит эффективность предпринимаемых усилий. Соответственно, социальный капитал невозможен без знания правил социального взаимодействия, умений и навыков осуществления разнообразной социальной деятельности. Перевод деятельности в цифровой

формат означает необходимость цифровой грамотности для ее осуществления, а, следовательно, и для реализации того вида активности, который связан с ним. Таким образом, чем больше видов деятельности осуществляется в виртуальной, цифровой среде, тем большее значение приобретает цифровая грамотность для социального капитала [1, с. 83-86].

Результаты исследования

В настоящее время отсутствует утверждённая стандартизированная методология расчёта индекса цифровой финансовой грамотности населения со стороны профессиональных международных сообществ. Многие исследователи предлагают свою модель изучения цифровой грамотности. Рассмотрим некоторые из них.

Так, Г.У. Солдатова и Е.И. Рассказова предлагают психологическую модель цифровой компетентности, который включает четыре компонента, соответствующих четырем важнейшим сферам жизнедеятельности: информационная и медиа, коммуникативная, техническая и потребительская компетентности [2, с. 25-31]. Модель цифровой грамотности, предложенная А.В. Шариковым, также включает четыре компонента: технико-технологические и содержательно-коммуникативные возможности, а также технико-технологические и социо-психологические угрозы [3, с. 96-112]. В исследовании Е.А. Мерзляковой цифровые компетенции

рассматриваются как неотъемлемый элемент современного социального капитала [4, с. 166-171].

Наиболее распространенные цели использования Интернета населением позволяют предположить необходимые для этого навыки и знания, входящие в структуру цифровой грамотности. Согласно статистике, в 2020 г. население в возрасте 15-74 лет использовало Интернет в первую очередь для коммуникации: 76,6% осуществляли с его помощью телефонные или видеозвонки, 75% – участвовали в социальных сетях, 69% – общались с помощью систем мгновенного обмена сообщениями [5]. Также 63,5% населения просматривает новости, осуществляет банковские операции – 57,3% населения и ищет информацию о товарах и услугах с помощью Интернета – 55,9% населения. Для осуществления указанных действий необходимы коммуникационные навыки, умение работать с информацией – искать, анализировать, отличать недостоверную информацию, работать с ее большим объемом, обеспечивать защиту своих данных [6, с. 50-90].

В России ежедневно Интернетом пользуются 81,5% населения. А с той или иной регулярностью выходят в сеть почти 92% сограждан. Разница между использующими Интернет ежедневно и теми, кто это делает от случая к случаю, за последние годы сократилось вдвое (рис. 1).

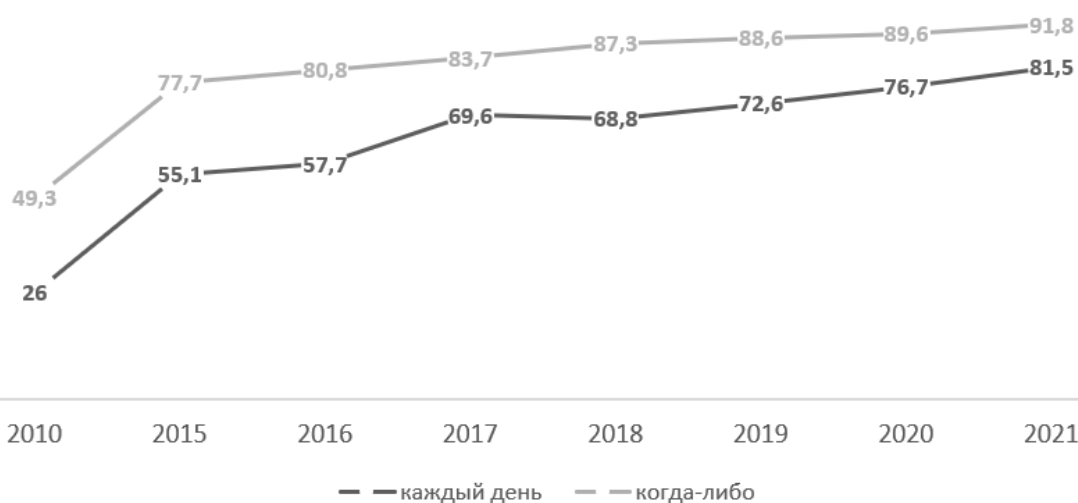


Рис. 1. Использование интернета населением в % от общей численности населения в возрасте 15-74 лет [5]

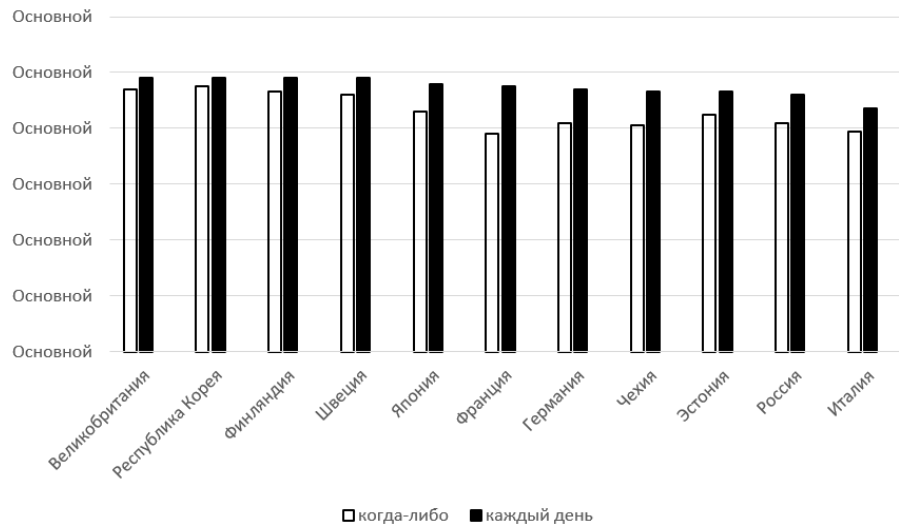


Рис. 2. Использование интернета населением по странам: 2021 г. (в % от общей численности населения в возрасте 15-74 лет) [5]

Как видно из рисунка 2, в 2021 году наибольшее количество пользователей, посещающих Интернет ежедневно, зафиксировано в Великобритании, в Республике Корея и в Финляндии, а Россия занимает только 10 место.

В отношении цифровой грамотности существуют самые разнообразные оценки ее состояния. Это связано и с различием методик проводимых исследований, и с разнообразием условий, в которых происходит формирование данного феномена, и его изменением с течением времени. Как

правило, в исследованиях учитывается набор разнообразных знаний и умений, на основе оценки которых затем дается интегральная оценка цифровой грамотности. В качестве примера можно привести статистические данные, которые фиксируют как степень распространения тех или иных навыков и знаний, так и общий уровень цифровой грамотности населения [5].

Рассмотрим статистические данные по цифровым навыкам населения в России в таблице 1.

Таблица 1. Цифровые навыки населения (в % от общей численности населения в возрасте 15 лет и старше) [5]

	2018	2019	2020	2021
Отправка электронной почты с прикреплением файлов	36,8	39,7	42,2	62,6
Работа с текстовым редактором	41,1	40,4	40,4	38,4
Копирование/перемещение файла	34,5	36,3	37,5	36,3
Использование инструмента копирования и вставки в документе	22,4	24,9	27,7	27,7
Передача файлов между компьютером и периферийными устройствами	31,1	31,0	27,3	26,1
Работа с электронными таблицами	20,8	22,0	22,9	21,4
Использование программ для редактирования фото-, видео-, и аудиофайлов	21,2	21,9	20,9	21,4
Подключение и установка новых устройств	9,8	15,3	14,2	14,2
Создание электронных презентаций с использованием специальных программ	8,2	9,0	9,3	10,1
Поиск, загрузка, установка и настройка программного обеспечения	-	5,8	5,5	5,7
Установка новой/переустановка операционной системы	2,8	2,9	2,5	2,6
Самостоятельное написание программного обеспечения с использованием языков программирования	1,1	1,2	0,7	0,9

Как следует из таблицы 1, в целом уровень владения цифровыми навыками населения в России остается достаточно слабым. Несмотря на это, у населения по степени распространенности использования цифровых навыков на первом месте находится отправка электронной почты с прикреплением файлов. К примеру, в 2021 г. доля данного навыка составляла 62,6% от общего числа. Далее по приоритету у населения находится работа с текстовым редактором, но в течение рассматриваемо-

го периода данная тенденция снижается. К примеру, если в 2018 г. доля работы с текстовым редактором составляла 41,1%, то в 2021 г. – 38,4%. Следует отметить, что сложные навыки, которые связаны с написанием программного обеспечения, установкой или переустановкой операционной системы, население используют в меньшей степени ввиду с тем, что требуются более развитые цифровые компетенции.

Рассмотрим цифровые навыки у населения в других странах (табл. 2).

Таблица 2. Цифровые навыки населения по странам: 2021 (в % от общей численности населения в возрасте 15 лет и старше) [5]

	Передача файлов между компьютером и периферийными устройствами	Работа с электронными таблицами	Использование программ для редактирования фото-, видео-, и аудиофайлов
Россия	26	21	21
Великобритания	56	39	49
Германия	53	34	31
Финляндия	71	51	54
Франция	69	44	41
Чехия	57	40	28
Швеция	62	45	34
Эстония	55	42	34

Как следует из таблицы 2, среди рассматриваемых стран в 2021 г. Россия заняла одно из последних мест по цифровым навыкам населения. Цифровые навыки населения больше всего развиты в Финляндии, Швеции и Франции.

В ноябре 2020 года в России впервые была произведена оценка индекса цифро-

вой финансовой грамотности организацией «Национальное агентство финансовых исследований» (НАФИ). При расчете индекса экспертами учитывались значения традиционной финансовой грамотности по методологии ОЭСР и цифровой грамотности. Индекс цифровой финансовой грамотности измеряется в баллах.

Таблица 3. Индекс цифровой и финансовой грамотности в России

	2022 г.	max
Индекс цифровой финансовой грамотности	5,63	10
Цифровые финансовые знания	1,61	3
Цифровое финансовое поведение	2,34	4
Цифровые финансовые установки	1,79	3

Примечание. Составлено автором по: [Исследование аналитического центра НАФИ]

Как видно из таблицы 3, в России индекс цифровой грамотности в 2022 году составил 5,63 балла из 10 возможных. Индекс рассчитывается на основании трех частных индексов: цифровые финансовые знания, цифровое финансовое поведение и цифровые финансовые установки.

Исследования цифровой грамотности, проводимые Аналитическим центром НАФИ, агрегируют цифровые компетенции в пять основных групп, характеризующих информационную и коммуникативную грамотность, создание цифрового контента, цифровую безопасность и навыки решения проблем в цифровой среде.

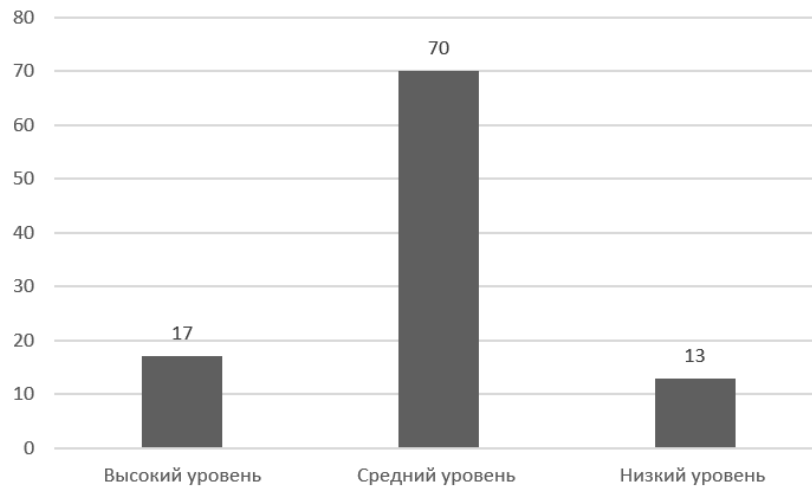


Рис. 3. Доли населения по уровню цифровой финансовой грамотности, в % от всех опрошенных [8]

По оценке аналитического центра НАФИ следует, что 70% россиян относятся к средней группе по уровню цифровой финансовой грамотности. К данной категории входят женщины 73% против мужчин 63%, жители городов 73% против жителей сельской местности 61% и одинокие россияне 81% (рис. 3).

Высокий уровень цифровой финансовой грамотности имеют 17% опрошенных россиян. Типичный портрет относящихся данной категории: мужчина старше 45 лет, имеющий семью и проживающий в небольшом городе. Низкий уровень цифро-

вой финансовой грамотности имеют 13% россиян (НАФИ).

Респондентам дали возможность самим оценить свой уровень цифровой и финансовой грамотности. Для этого им был задан вопрос: «Как бы Вы оценили уровень своей цифровой финансовой грамотности, т.е. знания и умения использовать финансовые услуги через цифровые технологии, такие как личный кабинет на сайте или мобильное приложение?».

Были получены следующие ответы (рис. 4).

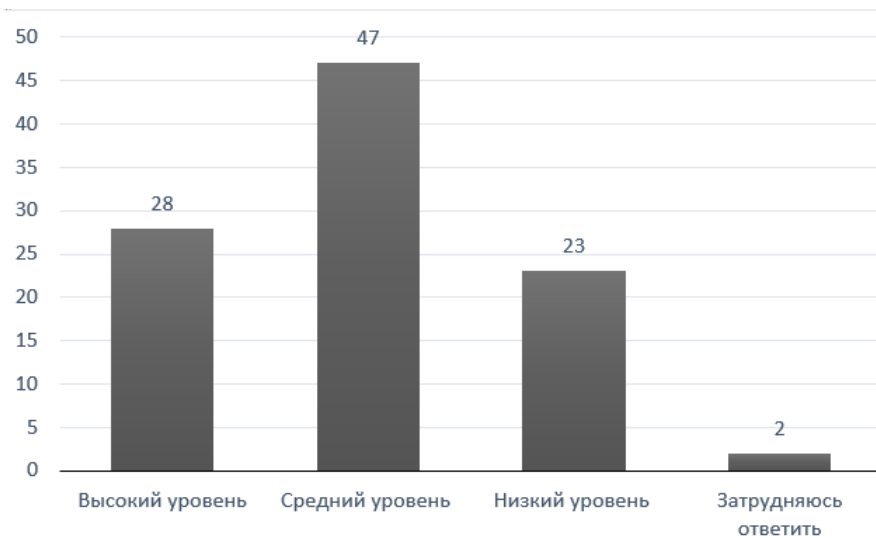


Рис. 4. «Как бы Вы оценили уровень своей цифровой финансовой грамотности, т.е. знания и умения использовать финансовые услуги через цифровые технологии, такие как личный кабинет на сайте или мобильное приложение?», в % от всех опрошенных [8]

Из рисунка 4 следует, что опрошенные респонденты недооценивают или переоценивают свой уровень цифровой финансовой грамотности.

Так, 28% опрошенных респондентов оценивают свою цифровую финансовую грамотность на высоком уровне, а реальная величина составляет 17%.

Доля тех, кто свои знания считают слабыми, составила 23%, а в действительности имеют низкий уровень 13%.

Доля тех, кто оценивает свои знания на среднем уровне, составила 47%, а на самом деле 70% жителей имеют средней уровень финансовой грамотности.

Таким образом, выше приведенные расчеты и сделанные выводы свидетельствуют о том, что в России имеются высокие предпосылки для развития цифровой грамотности, в связи с тем, что, относительно других прогрессивных стран, цифровые навыки у населения в нашей стране на довольно слабом уровне.

Произошедшие события 2020-2021 гг. способствовали созданию условий, в которых населению представилась возможность применить и оценить имеющиеся цифровые навыки и знания. Перевод части населения в режим дистанционной работы или учебы в период пандемии форсировал развитие таких навыков и знаний. В результате этой вынужденной проверки часть населения смогла на практике убедиться, насколько ее цифровые навыки и компетенции развиты и достаточны. Исследование, проведенное Всероссийским центром изучения общественного мнения, зафиксировало, что две трети опрошенных отмечают достаточность тех навыков работы на компьютере, телефоне, которыми они обладают. Кроме того, в рамках данного исследования оценивалось владение 17 наиболее распространенными цифровыми компетенциями, необходимыми как в профессиональной, так и в бытовой деятельности. Полученные результаты позво-

лили отнести две трети опрошенных к имеющим достаточно высокий уровень цифровой грамотности – 32 и 30% респондентов имеют компетенции, развитые на высоком и выше среднего уровнях. Соответственно средний возраст представителей этих групп составляет 36 и 45 лет. Низкий уровень характерен для 20 % опрошенных, еще 18% имеют уровень ниже среднего [7]. В этих группах преобладают респонденты 64 и 54 лет. Таким образом, четко зафиксирована зависимость уровня цифровой грамотности от возраста [6, с. 33].

Выводы

В условиях, когда виртуальное пространство все в большей степени превращается в поле для личностной, деловой, творческой самореализации, роль виртуального социального капитала становится немаловажной в процессе цифровой финансовой грамотности. Цифровые навыки населения позволяют активной части пользователей более или менее успешно конвертировать виртуальный социальный капитал в свой профессиональный рост, творческие достижения, финансовое благополучие.

Можно говорить о растущем влиянии виртуализации социального капитала. Особый характер цифровизации определяется качеством и количеством накопленного виртуального социального капитала, который выражается и в финансовой грамотности.

Исходя из вышеизложенного следует, что формирование цифровизации, безусловно, носит эволюционный характер. Однако, ее темп и динамику можно подвергать в определенной степени регулированию. Ключевую роль в этом отношении играет государство: либо оно создает стимулы, либо, ввиду отсутствия адекватных методов регулирования, тормозит процесс финансовой грамотности у населения.

Библиографический список

1. Ишмуратова Д.Ф. Цифровая грамотность молодежи: анализ отдельных элементов // Теория и практика общественного развития. – 2022. – № 1. – С. 83-86. DOI: 10.24158/tipor.2022.1.12.

2. Солдатова Г.У., Рассказова Е.И. Психологические модели цифровой компетентности российских подростков и родителей // Национальный психологический журнал. – 2014. – № 2 (14). – С. 25-31. DOI: 10.11621/npj.2014.0204
3. Шариков А.В. Концепции цифровой грамотности: Российский опыт // Коммуникации. Медиа. Дизайн. – 2018. – Т. 3. № 3. – С. 96-112.
4. Мерзлякова Е.А. Трансформация человеческого капитала в цифровой экономике // Регион: системы, экономика, управление. – 2019. – № 4 (47). – С. 166–171. DOI: 10.22394/1997-4469-2019-47-4-166-171.
5. Индикаторы цифровой экономики: 2022: статистический сборник / Г.И. Абдрахманова [и др.]. – М.: НИУВШЭ, 2023. – 332 с.
6. Ишмуратова Д.Ф. Приоритеты и особенности поведения молодежи в интернете // Современные тенденции развития социальной активности молодежи: монография под общ. Ред. Д.Ф. Ишмуратовой. – Уфа: ИСЭИ УФИЦ РАН. 2022. – С. 50-90.
7. Цифровая грамотность и удаленная работа в условиях пандемии. Совместный аналитический доклад ВЦИОМ и Social Business Group. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reports/analiticheskii-doklad/czifrovaya-gramotnost-i-udalennayarabota-v-usloviyakh-pandemii> (дата обращения 21.03.2023).
8. Исследования цифровой грамотности, проводимые Аналитическим центром НАФИ.

DIGITAL LITERACY AS A DEVELOPMENT FACTOR SOCIAL CAPITAL

R.I. Amirova, Junior Researcher

**Institute for Social and Economic Research of the Ufa Scientific Center of the Russian Academy of Sciences
(Russia, Ufa)**

***Abstract.** The relevance of this article is determined by the fact that social capital, which is the subject of the author's research, is considered in modern society as an important basis for influencing digital literacy. The article reveals the theoretical and methodological problems of the analysis of social capital and digital literacy. A study was made of one of the tools for measuring social capital in the modern information space. The author used the following research methods: deduction, induction, review of scientific publications, comparative analysis of statistical data, description method. As a result of the study, the following conclusions were drawn: 1) the nature of digitalization is determined by the quality and quantity of accumulated virtual social capital, which is also expressed in financial literacy; 2) in a society in which the Internet is actively used, conditions are created for the growth of digital and financial literacy; 3) the state either creates incentives or, due to the lack of adequate methods of regulation, hinders the process of financial literacy among the population.*

***Keywords:** digital literacy, social capital, financial literacy, virtualization, information and communication technologies, financial literacy.*

ЭВОЛЮЦИЯ ИНСТРУМЕНТОВ И МЕХАНИЗМОВ ПОДДЕРЖКИ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА В ИТАЛИИ В XXI ВЕКЕ

О.Д. Арапов, студент

Г.А. Бегларян, студент

А.В. Половинчикова, студент

Московский государственный институт международных отношений (университет)
МИД Российской Федерации (МГИМО)
(Россия, г. Москва)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-22-28

***Аннотация.** В статье исследуется эволюция и трансформация российского бизнеса за рубежом с 2000 года на примере Италии. Выбор страны объясняется не только кризисным для российско-европейских отношений периодом, но и тесными торгово-экономическими связями между Россией и Италией, в частности обусловивших сравнительно позднее (с 2022, а не с 2014 года) присоединение Италии к санкционному давлению Евросоюза на Россию. Авторы приходят к выводу об особой роли государственных практик стимулирования бизнес-отношений между двумя странами, в частности проявившихся в высоком статусе ярмарок и выставок для привлечения инвестиций в частный сектор РФ за рубежом.*

***Ключевые слова:** российский бизнес, российско-итальянские отношения, государственная поддержка бизнеса, Италия, Россия.*

На данный момент Российская Федерация использует различные инструменты и механизмы для поддержки бизнеса своих граждан на международных рынках. Арсенал инструментов представлен государственными и государственно-частными способами поддержки бизнеса, включая финансовые (экспортное кредитование, страхование экспортных кредитов, государственные гарантии и субсидии) и нефинансовые (содействие в выставочной и ярмарочной деятельности, помощь в налаживании контактов с представителями бизнес-среды и государственных органов государства пребывания) механизмы. Для успешного функционирования российских предприятий на территории Италии был использован целый ряд инструментов и механизмов для поддержания их деятельности, включая двухсторонние соглашения, инвестиционные фонды, агентства по продвижению торговли, бизнес - ассоциации.

Безусловно, за последние два десятилетия экономические взаимоотношения между Россией и Италией претерпели значительные изменения: от увеличения объемов торговли и инвестиций до санкций и

экономического противостояния. За период с 2000 по 2023 год в Италии были созданы различные предприятия российскими бизнесменами. Несмотря на высокий уровень бюрократических «проволочек» и запутанных законов, граждане России предпринимали попытки создания своего дела в южной Европе. Успешными примерами можно считать: Motoragazzi (Андрей Матвеев), MixMarkt (Елена Навроцкая), X City Tours (Алиса Нестерова) и другие [4].

Целью данной работы является всесторонний анализ эволюции инструментов и механизмов поддержки российского бизнеса в Италии с 2000 по 2023 годы.

Задачи:

1. Комплексный литературный обзор существующих исследований экономического взаимоотношений России и Италии, а также инструментов и механизмов поддержки российского бизнеса в Италии;

2. Анализ эволюции двухсторонних соглашений между Россией и Италией и их влияние на экономические отношения между странами;

3. Изучение роли инвестиционных фондов, агентств и бизнес-ассоциаций в поддержке российского бизнеса в Италии;

4. Изучение роли выставок и ярмарок, организованных совместными усилиями России и Италии для продвижения продукции российского бизнеса.

Актуальность исследования обусловлена, во-первых, многолетней историей тесных экономических взаимоотношений между Россией и Италией. Несмотря на санкции и экономическое давление со стороны Евросоюза с 2014 года, поддержка российского бизнеса в Италии имеет важное значение для политики и бизнеса обеих стран: Италия на протяжении долгих лет оставалась одной из наиболее благоприятно настроенных стран ЕС по отношению к России, что отражается даже на современном этапе. Во-вторых, современное положение дел в итало-российских экономических отношениях можно понять только через призму анализа их эволюции. В-третьих, понимание того, какие механизмы и инструменты были наиболее эффективны за указанный период, позволит разрабатывать единую стратегию оказания помощи российскому бизнесу на международных рынках.

Научная новизна заключается в комплексном рассмотрении эволюции инструментов и механизмов поддержки российского бизнеса в Италии в период с 2000 по 2023 год. Работа дает представление о стратегиях и подходах, доказавших свою эффективность в поддержке российского бизнеса, и является ценным источником знаний для предприятий, стремящихся выйти на итальянский рынок или расширить свою деятельность в Италии.

Методы и теоретические подходы:

Сравнительный анализ: сравнение инструментов и механизмов, используемых для поддержки российского бизнеса в Италии в разные периоды итало-российских экономических взаимоотношений.

Качественный контент-анализ можно использовать для анализа отчетов и опросов, проводимых агентствами по продвижению торговли и национального бизнеса за рубежом. Также данный метод можно использовать для анализа успешных и провальных кейсов российских предприятий в Италии, это может выявить ключе-

вые факторы, которые способствовали успеху или неудаче, и может помочь в разработке рекомендаций для политиков и предприятий, стремящихся расширить торговлю и инвестиции между Россией и Италией. Главным источником информации станут новостные материалы, поэтому качественный контент-анализ может использоваться для выявления ключевых тем и тенденций, освещаемых в СМИ.

1. Комплексный литературный обзор существующих исследований экономических взаимоотношений России и Италии, а также инструментов и механизмов поддержки российского бизнеса в Италии

Для написания данной работы были использованы статьи и материалы, посвященные анализу современных экономических отношений между Россией и Италией, а также исследованию тех инструментов и механизмов, которые применяются для поддержки российского бизнеса в Италии.

Среди работ можно выделить: «Анализ внешнеторговых отношений России и Италии» С.А. Беляева (в статье исследуются развитие экспортно-импортных отношений РФ и Италии на фоне введения экономических санкций), «Экономические взаимоотношения России и Италии на современном этапе» А.М. Новикова (в статье определяется динамика взаимоотношений между странами и высказываются ближнесрочные прогнозы их развития), «Торгово-экономическое сотрудничество России и Италии и особая роль Москвы» А.И. Волкова и А.Г. Дорохина (данная статья посвящена анализу торговых отношений России и Италии после введения санкций 2014 года), в работе также используются актуальные данные с сайта «ТАСС», посвященные отношениям между странами и собственные научные работы авторов [15].

Главным источником информации, касающейся конкретных инструментов и механизмов стали интернет-ресурсы: официальные сайты агентств и организаций, занимающихся международной торговлей и поддержкой национального бизнеса зарубежом (РФПИ, Торговое представительство

ство, IRCC, ITA и другие), новостные сообщения о проводимых выставках или встречах, сайты двухсторонних мероприятий, информация об успешных бизнес примерах россиян в Италии и статистика.

2. Анализ эволюции двухсторонних соглашений между Россией и Италией и их влияние на экономические отношения между странами

Италия исторически была одним из важнейших торговых партнеров для Российского государства. Первым документом в современной истории России, установившим начало политических и экономических отношений между странами можно считать «Договор о дружбе и сотрудничестве между Российской Федерацией и Итальянской Республикой» от 1994 года [16]. В соответствии с ним государства планировали сотрудничать в экономической, промышленной и научно-технической сферах.

Следующим важным шагом для возможности ведения бизнеса на территории дружественного государства стала Конвенция от 1996 года «Об избежании двойного налогообложения в отношении налогов на доходы и капитал и предотвращения уклонения от налогообложения», урегулировавшая систему налогов.

Начало 2000-х годов можно охарактеризовать, как “расцвет” торговых и бизнес взаимоотношений между государствами – Италия становится вторым по объемам торговым партнером России, уступая только Германии. Символом стабильности двухсторонних отношений стал форум “Италия-Россия” в 2007 году. В ходе которого было подписано десять соглашений между правительствами и бизнесом. К примеру, проект «Superjet 100» – совместный продукт итальянской «ENEL» и российским Росатомом. В списке значились предприятия «Intesa Sanpaolo», «Mediobanca» и российский «Банк ВТБ» - сотрудничество по кредитованию [18].

Однако стремительное развитие двухсторонних проектов замедлилось в 2014 году на фоне антироссийских санкций Европейского союза [17]. Но нужно отметить, что санкции не смогли полностью прекратить торговлю и ведение бизнеса,

многие программы взаимодействия малого и среднего бизнеса продолжили работать. Доказательством этого можно считать конференцию «Россия-Италия: сохранить доверие и партнёрство» 2015 года, а также визит итальянским премьером Петербургского международного экономического форума. Мероприятия закончились подписанием контрактов на общую сумму более 1,3 миллиарда евро [8].

В 2016-2018 годах экономическое сотрудничество продолжилось в сферах развития электродвигателей, железнодорожных и транспортных систем. К 2016 году Италия осталась единственной страной в Евросоюзе, число предприятий которой в России возросло. В конце 2018 года было подписано еще тринадцать соглашений.

Кроме того, именно Италия в 2019 году приложила все усилия для ослабления дискриминационных санкций в отношении к России, поскольку это наносит ущерб итальянской экономике.

Начало 2020-х годов характеризуется обострением отношений между странами. В феврале 2022 года после начала Специальной военной операции Италия присоединилась к дополнительным санкционным мерам против России. В ответ Правительство России включило Италию и все страны Евросоюза в перечень недружественных стран. В феврале 2023 года Россия была включена в список стран, с которыми приостановлено сотрудничество со стороны ЕС по вопросам налогообложения. Для российских предпринимателей в Италии это означало, что Конвенция 1996 года об избежании двойного налогообложения перестает быть активной. В марте 2023 года Минфин и МИД России обратились к президенту В.В. Путину с предложением также приостановить действие соглашений об избежании двойного налогообложения с недружественными странами. На момент написания работы, данное предложение еще не было принято.

3. Изучение роли инвестиционных фондов, агентств и бизнес-ассоциаций в поддержке российского бизнеса в Италии.

Инвестиционные фонды, агентства и бизнес-ассоциации играют ключевую роль

в содействии торговле и инвестициям между Россией и Италией. Например, инвестиционные фонды предоставляют финансирование и поддержку российским компаниям, стремящимся расширить свою деятельность в Италии. Агентства по содействию торговле предоставляют информацию и помощь предприятиям, стремящимся ориентироваться в сложностях итальянского рынка. Бизнес-ассоциации предоставляют сетевые возможности, помогая российским компаниям “обосноваться” в Италии.

Российский фонд прямых инвестиций (РФПИ) сыграл значительную роль в содействии инвестированию российских компаний в Италию. Например, в 2013 году РФПИ и итальянская FSI подписали соглашение о сотрудничестве [11], направленное на создание инвестиционной платформы объемом 1 миллиард евро. Данный проект был ориентирован на проекты в России и Италии. РФПИ также предоставил финансирование ряду российско-итальянских совместных предприятий, включая строительство газопровода между Россией и Италией. К сожалению, РФПИ в большей степени привлекал итальянские инвестиции в Россию, чем наоборот. К примеру, в 2018 году РФПИ и итальянская компания ANAS договорились об итальянских инвестициях в российские дороги [7], а в 2019 году РФПИ и CDP договорились о развитии итальянского малого бизнеса в России [10].

Российское торговое представительство в Италии предоставляет широкий спектр услуг российскому бизнесу, стремящемуся выйти на итальянский рынок. Эти услуги включают в себя исследование рынка, помощь в решении правовых и нормативных вопросов, а также поддержку торговых миссий и выставок. Агентство также организует бизнес-форумы и другие сетевые мероприятия для объединения российских и итальянских компаний.

1. В 2017 году Российское торговое представительство в Италии организовало Российско-итальянский бизнес-форум в Милане [9], который собрал более 100 итальянских и российских компаний для обсуждения возможностей сотрудничества

в таких областях, как возобновляемые источники энергии, сельское хозяйство и транспорт. Форум предложил возможность российскому и итальянскому бизнесам обсудить практические аспекты совместного участия в проектах и контрактах на территории обеих стран.

2. В 2020 году Торговое представительство оказало поддержку российским компаниям, участвующим в Болонской детской книжной ярмарке, одной из крупнейших книжных ярмарок в Европе. Торговое представительство помогло российским компаниям создать виртуальные стенды и организовать онлайн-встречи с итальянскими издателями и дистрибьюторами. А в 2023 году российские художники одержали победу в качестве иллюстраторов [6].

3. В 2021 году Торговое представительство организовало серию вебинаров по ведению бизнеса в Италии для российских компаний, охватывающих такие темы, как итальянские правила в отношении пищевых продуктов, логистика и транспорт в Италии, а также инвестиционные возможности на итальянском рынке [12].

4. В октябре 2022 года был отменен из-за обострения отношений между Россией и Евросоюзом, запланированный российско-итальянский бизнес-форум в Риме, который должен был посвящен возможностям сотрудничества в области энергетики, строительства и информационных технологий.

Итальянско-российская торговая палата (IRCC) является некоммерческой организацией, которая способствует торговле и инвестициям между Италией и Россией. IRCC предоставляет своим членам широкий спектр услуг, включая исследование рынка, услуги по подбору деловых контактов, а также юридические и нормативные консультации. Организация также организует торговые миссии и другие мероприятия для облегчения деловых связей между двумя странами. Подобной деятельностью занимается и Итальянское Торговое агентство (ITA).

Вот несколько направлений их деятельности:

1. Мероприятия по подбору деловых контактов: IRCC организует регулярные мероприятия, которые объединяют российские и итальянские компании, предоставляя возможности для нетворкинга и делового партнерства. Эти мероприятия включают в себя ярмарки, бизнес-миссии и семинары.

2. Исследование рынка и разведка: IRCC предоставляет российским компаниям маркетинговые исследования и аналитику на итальянском рынке, помогая им лучше понять бизнес-среду и выявить потенциальные возможности.

3. Юридические и нормативные консультации: IRCC предлагает юридические и нормативные консультации российским предприятиям, работающим в Италии, помогая им ориентироваться в сложной нормативно-правовой базе и соблюдать соответствующие законы и нормативные акты.

4. Поддержка торговли и инвестиций: IRCC помогает российским компаниям в выявлении потенциальных торговых и инвестиционных возможностей в Италии, а также оказывает поддержку в выходе и расширении на рынок.

5. Культурная и языковая поддержка: IRCC предлагает поддержку российским компаниям в Италии, включая языковые услуги и помощь в адаптации к культуре.

4. Роль выставок и ярмарок, организованных совместными усилиями России и Италии, для продвижения продукции российского бизнеса.

В Италии организацией выставок занимаются:

- а) государственные органы;
- б) выставочные центры в пригородах;
- в) частные компании.

1. Одним из знаковых примеров начала бизнес-партнерства между странами является выставка российских товаропроизводителей 2005 года «Торгово-экономическое сотрудничество России и Италии: реалии и перспективы» в Риме. В рамках выставки прошел форум «Россия - Италия: партнерство в XXI веке» [3]. Этот форум послужил платформой для российского и итальянского бизнеса для обмена опытом, установления новых контактов и

изучения возможностей сотрудничества в различных секторах, таких как сельское хозяйство, энергетика и транспорт.

2. Другим примером является Московская международная выставка "FoodExpo-2019" [1], которая проходила в Италии. Выставка представила различные продукты российского бизнеса, включая продукты питания и напитки, и предоставила возможность российским компаниям продемонстрировать свою продукцию и услуги более широкой аудитории.

3. Salone del Mobile [13] – это ежегодная международная выставка мебели, которая проводится в Милане, Италия. Российские производители мебели приняли участие в этом мероприятии, чтобы продемонстрировать свою продукцию мировой аудитории и установить новые деловые контакты.

4. Российская энергетическая неделя [5] – это международный форум для обсуждения энергетических вопросов, ежегодно проводимый в Москве. Итальянские компании, работающие в энергетическом секторе, приняли участие в этом мероприятии, предоставив возможность российскому и итальянским предприятиям изучить потенциальные партнерские отношения.

5. Ecomondo [2]- это международная выставка зеленой и циркулярной экономики, которая ежегодно проводится в Римини, Италия. Россию представлял «Экологический союз», демонстрируя свои инновационные решения и технологии для управления отходами, энергоэффективности и охраны окружающей среды.

6. World Food Moscow [14] – это международная выставка еды и напитков, которая ежегодно проводится в Москве. Итальянские компании по производству продуктов питания и напитков приняли участие в этом мероприятии для продвижения своей продукции на российском рынке, в то время как российские компании продемонстрировали свою продукцию потенциальным международным покупателям.

Таким образом, выставки и ярмарки играют значительную роль в продвижении продукции российского бизнеса в Италии. Благодаря участию в этих мероприятиях российский бизнес имеет возможность

продемонстрировать свои продукты и услуги, установить контакты с потенциальными партнерами и выйти на новые рынки. Присутствие российских компаний на итальянских выставках и ярмарках также может способствовать улучшению имиджа и репутации российского бизнеса в Италии, повышению осведомленности о качестве и разнообразии их продукции. Поэтому важно, чтобы российский бизнес использовал такие возможности и активно участвовал в этих совместных мероприятиях, чтобы расширить свое деловое присутствие в Италии.

На основе проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

1. Инструменты и механизмы поддержки российского бизнеса в Италии значительно изменились за последние два десятилетия, с 2000 года шел планомерный процесс расширения сотрудничества и инвестиций обеих стран. Однако он прервался в начале 2022 года на фоне введения санкций Евросоюзом и “исхода” европейского бизнеса из России;

2. Российское торговое представительство в Италии, а также инвестиционные

фонды, бизнес-ассоциации и агентства сыграли решающую роль в содействии росту российского бизнеса в Италии;

3. Совместные усилия России и Италии по организации выставок и ярмарок предоставили российскому бизнесу платформу для демонстрации своей продукции и услуг, установления контактов с потенциальными партнерами и выхода на новые рынки;

4. Если сравнивать двухстороннюю поддержку национальных предприятий, то российский бизнес в Италии получил относительно ограниченную поддержку со стороны российского правительства. Несмотря на все усилия Российского торгового представительства, его влияние было ограниченным. С другой стороны, в России проводились форумы и выставки, которые активно привлекали итальянский бизнес для инвестирования в Россию;

5. Несмотря на проблемы экономических санкций и политической напряженности, российский бизнес продолжает искать возможности в Италии и зарекомендовал себя как важный игрок на итальянском рынке.

Библиографический список

1. Выставки по тематике «Пищевая промышленность, напитки» 2018-2020. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tpp.tj/2018/10/03/vystavki-po-tematike-pishhevaaya-promyshlennost-napitki-2018-2020/> (дата обращения: 18.04.2023).

2. На международной выставке Ecomondo 2015 Россию представлял Экологический союз. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ecounion.ru/p13096/> (дата обращения: 18.04.2023).

3. Национальная выставка российских товаропроизводителей Торгово-Экономическое сотрудничество России и Италии: реалии и перспективы. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.expoclub.ru/db/exhibition/view/2230/?ysclid=lgnlv4g2xl413380952> (дата обращения: 18.04.2023).

4. Под южным солнцем: 5 россиян, которые построили бизнес в Италии. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru/longread/russians-in-italy/> (дата обращения: 17.04.2023)

5. Российская энергетическая неделя. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rusenergyweek.com> (дата обращения: 18.04.2023).

6. Российские художницы победили на Болонской книжной ярмарке. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2023/01/20/rossijskie-hudozhnicy-pobedili-na-bolonskoj-knizhnoj-iarmarke.html> (дата обращения: 18.04.2023).

7. Российский фонд прямых инвестиций и итальянская компания ANAS договорились инвестировать в российские дороги. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trans.ru/news/rossiiskii-fond-pryamih-investitsii-i-italyanskaya-kompaniya-anas-dogovorilis-o-realizatsii-infrastrukturnih-proektov-v-rossii> (дата обращения: 18.04.2023).

8. Российско-итальянские экономические отношения <https://tass.ru/info/1808234> (дата обращения: 17.04.2023).

9. Российско-итальянский форум в Милане. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rspp.ru/events/activities/rossiysko-italyanskiy-forum-v-milane--35798/> (дата обращения: 18.04.2023).
10. РФПИ и СDP будут развивать итальянский малый бизнес в России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.alta.ru/external_news/68703/ (дата обращения: 18.04.2023).
11. РФПИ и FSI создают Российско-итальянскую инвестиционную платформу объемом €1 млрд. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/pressreleases/343564> (дата обращения: 18.04.2023).
12. Торговое представительство РФ в Италии. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.facebook.com/rustradeIT/?locale=ru_RU (дата обращения: 18.04.2023).
13. Salone del Mobile. Milano. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.salonemilano.it/en> (дата обращения: 18.04.2023).
14. World Food Moscow. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://world-food.ru/ru/> (дата обращения: 18.04.2023).
15. Бегларян Г.А., Иванов Г.Н., Калугина П.П., Половинчикова А.В. Санкционная политика США и европейских стран в отношении России: поворот начала 2022 года // Экономические отношения. – 2022. – Т. 12. – № 3. – С. 367-388.
16. Беляев С.А. Анализ внешнеторговых отношений России и Италии // Иннов: электронный научный журнал. – 2018. – №4 (37). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.innov.ru/science/economy/analiz-vneshnetorgovykh-otnosheniy-ru-it/> (дата обращения: 17.04.2023).
17. Волкова, А.И. Торгово-экономическое сотрудничество России и Италии и особая роль Москвы / А.И. Волкова, А.Г. Дорохин // Россия и современный мир. – 2021. – № 3(112). – С. 132-144. – DOI 10.31249/rsm/2021.03.08. – EDN FSRFDL.
18. Новикова А.М. Экономические взаимоотношения Италии и России на современном этапе // Ярославский педагогический вестник. – 2008. – №2.

EVOLUTION OF TOOLS AND MECHANISMS TO SUPPORT RUSSIAN BUSINESS IN ITALY IN THE XXI CENTURY

O.D. Arapov, *Student*

G.A. Beglarian, *Student*

A.V. Polovinchikova, *Student*

MGIMO University

(Russia, Moscow)

***Abstract.** The article examines the evolution and transformation of Russian business abroad since 2000 on the example of Italy. The choice of the country is explained not only by the crisis period for Russian-European relations, but also by the close trade and economic ties between Russia and Italy, in particular, which caused Italy's accession to the EU sanctions pressure on Russia relatively later (from 2022, and not from 2014). The authors come to the conclusion about the special role of state practices in stimulating business relations between the two countries, in particular, manifested in the high status of fairs and exhibitions to attract investment in the private sector of the Russian Federation abroad.*

***Keywords:** Russian business, Russian-Italian relations, state support for business, Italy, Russia.*

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАСШИРЕНИЯ АГРАРНОГО ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

К. Атышов¹, д-р экон. наук, профессор

Коч Халил², канд. экон. наук, докторант

Т.К. Тулеев², соискатель

Ы. Маманова², аспирант

¹Кыргызский научно-экономический университет им. М. Рыскулбекова

²Кыргызский национальный аграрный университет им. К.И. Скрябина
(Кыргызстан, г. Бишкек)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-29-33

Аннотация. В данной статье авторы отмечают важную роль экспорта в развитии аграрного сектора экономики. Основным направлением развития аграрно-экспортного потенциала республики должна стать разработка стратегии аграрной диверсификации, которая позволит увеличить долю продукции с высокой степенью переработки в структуре экспорта и сельского хозяйства, производство ее высоко-технологические типы и стимулирование инноваций. Разработка стратегии диверсификации аграрного сектора республики должна предусматривать выбор наиболее целесообразных путей максимального повышения его конкурентоспособности с перспективой развития технологичного и социально ориентированного производственного комплекса. В этих условиях было отмечено, что основным инструментом проведения целенаправленной политики внедрения диверсификационных процессов в экономику являются качественные инновационные и управленческие механизмы, адаптированные к современной действительности с перспективой устойчивого развития. При этом отмечалось, что направлением действия таких механизмов должно быть создание необходимых условий для роста валового внутреннего продукта и повышения уровня жизни населения. Это будет достигнуто за счет расширения экспорта на основе эффективного использования аграрно-ресурсного потенциала страны.

Ключевые слова: аграрный сектор, стратегия, производство, экспортный потенциал, регион, эффективность, конкурентоспособность, диверсификация, рынок, комплекс.

Аграрный сектор является одним из значимых направлений опережающего развития среди секторов экономики Кыргызстана, что обеспечивает относительно высокие темпы ежегодного роста агропромышленного комплекса и обеспечивает значительную долю продукции на экспорт. За время пандемии 2020 года общий валовой внутренний продукт республики сократился на 3,4% по сравнению с 2019 годом, а объем производства сельскохозяйственной продукции увеличился на 1,1% [1].

Как известно, особое внимание правительство республики уделяет аграрному сектору, в том числе основным направлениям развития перерабатывающей промышленности. Поэтому от правильности выбранного направления зависит успех

принимаемых мер по устранению препятствий и проблем, связанных с развитием перерабатывающей промышленности и повышением ее конкурентоспособности. Решение соответствующих вопросов базируется на агропромышленной политике, например, в 2016 году принята Программа развития пищевой и перерабатывающей промышленности Кыргызской Республики на 2016-2020 годы, а ее реализация возложена на Министерство сельского хозяйства Кыргызской Республики [2].

Основной стержень реализации экономической политики, связанный со своевременным решением тех экономических и социальных проблем в аграрном секторе, которые возникнут в будущем, тесно связан с эффективным и достаточным использованием местных условий и различных

ресурсных потенциалов на основе о развитии фермерских хозяйств на промышленной основе. С этой точки зрения Кыргызстан отличается от государств-членов ЕАЭС приоритетами будущих потенциальных возможностей сельского хозяйства.

Основная задача аграрной экономической политики Кыргызской Республики в условиях интеграции – гарантированное обеспечение высокого уровня конкурентоспособности производимой продукции. Следовательно качества продукции имеет решающее значение как важнейшая составляющая ее конкурентоспособности.

Масштабное расширение международной торговли и проникновение на новые рынки сбыта допустимо только при систематической модернизации технологических процессов аграрного производства, использования современных высокопроизводительных и энергоэффективных технологий, постоянной диверсификации ассортимента выпускаемой продукции и использования инновационных конструктивных решений.

Стратегическое планирование процессов развития аграрной экономики должно быть переориентировано на повышение конкурентоспособности отечественных товаров, расширение доли наукоемких, ориентированных на экспорт товаров, внедрение новых и современных технологий требующей согласованного и эффективного функционирования всех предприятий – как предприятий производящих продукцию, так и государственных структур создающих условия для полноценного функционирования перерабатывающих отраслей промышленности аграрного сектора экономики.

Основными направлениями по созданию в республике качественной и конкурентоспособной сельскохозяйственных производств, должно быть:

- управление качеством и повышение экспортного потенциала и возможностей отечественных товаропроизводителей;

- обеспечение энерго и ресурсосбережения в агропромышленных отраслях деятельности;

- повышение конкурентоспособности и качества основных экспортноориентированных видов продукции, особенно пищевую, сельскохозяйственную, перерабатывающей промышленности;

- совершенствование технической стандартизации и нормирования;

- консультация с международными экспертами в сфере технической стандартизации и нормирования, оценки их соответствия международным стандартам;

- подготовка специалистов в области аграрного сектора управления качеством;

- популяризация высокого качества.

Основным направлением развития аграрного экспортного потенциала республики должна стать разработка комплексной стратегии расширения диверсификации, ориентированной на увеличение в структуре экспорта доли продукции с максимальной степенью переработки, активизации инновационной деятельности и производства ее высокотехнологичных видов. В условиях преобладания сельскохозяйственного сектора достаточно сложно прогнозировать поддержание высоких темпов роста в среднесрочной перспективе, так как этому сектору свойственно относительно медленный технологический прогресс. В настоящее время существенно важным для нашей республики должно стать создание какой-либо новой составляющей.

В первую очередь необходима поступательная диверсификация экспорта, сохранить достигнутое, но наряду с этим содействующая форсированию излишней зависимости от экспортирования небольшой группы сырьевых материалов и товаров, что даст в целом устойчивость и предсказуемость внешнеторговой деятельности. С государственной точки зрения, диверсификационная политика не допускает сосредоточенного перераспределения средств из более благополучных отраслей аграрной экономики в дотационные. Предложенные направления диверсификации должны включать в себя использование для этих целей адаптацию продукции к требованиям международных стандартов, улучшению дизайна готовых изделий и ее потребительских свойств, повышению

степени переработки первичного сырья и ресурсов, мобилизация экспортных возможностей малого и среднего предпринимательства, дальнейшее развитие производственного и научно-технического объединения кыргызских и иностранных предприятий.

Существуют два направления стимулирования экспорта на уровне аграрной отрасли:

- расширение существующей экспортной продукции;
- создание товаров на инновационных предприятиях, пригодных для экспортирования.

Изучение существующей экспортной продукции означает расширение ассортимента продукции, производимой в настоящее время промышленностью для экспортирования на мировой рынок. Кыргызская Республика может экспортировать главным образом сельскохозяйственную продукцию и сырье. В связи с этим первоначальная стратегия должна быть направлена на активизацию и расширение объемов экспорта на существующие рынки, а также на проникновение на более качественные экспортные рынки.

Второе направление подразумевает проведение анализа и оценки того, какие товары могут производиться на экспорт. Эти товары часто являются сопутствующим продуктом промышленных отраслей или результатом деятельности вспомогательных производств.

Отсюда можно сделать вывод, что правительство может помочь подготовить какую-либо отрасль в целом к экспорту той или иной продукции на основе планирования развития сельскохозяйственных и промышленных комплексов.

Принципиальная важность правильного определения аграрной экспортной стратегии свидетельствует об эффективности экономического развития государств, взявших курс на наращивание экспортного потенциала. Основной мерой государства в перспективный период должно стать поддержание экспортоориентированных производств, преимущественно тех, функция которых связана с интенсивной переработкой сырья.

Поддерживая развитие экспортоориентированные производства, государство содействует достижению определенных целей, а именно:

- расширение спроса на продукцию отечественного производства, что в результате даст стимул производителям и улучшит ситуацию на рынке труда;
- придаст экономике новое качество развития через экспортоориентацию на мировом рынке, только в конкурентоспособной борьбе проверяется эффективность отечественного производства.

Результативность конкурентных позиций на международном аграрном рынке предполагает постоянную заботу об улучшении качества продукции, расширению производства и продажи, освоению новых рынков, что, в конечном счете, приведет к достижению международных стандартов ISO.

Развитие и расширение аграрного экспортного производства должно стимулироваться как на микроуровне через предоставления налоговых льгот экспортерам и выдача долгосрочных льготных кредитов на развитие экспортного сектора экономики, так и на макроуровне посредством использования доходов от экспортной пошлины и надлежащего механизма ранжирования зарубежных кредитов в качестве источника финансирования государственных инвестиций и экспортных производств в формирование современной экономической или производственной инфраструктуры внешнеэкономической деятельности.

Ключевыми задачами Стратегии аграрного развития экспорта являются разработка перспективных экспортных отраслей, поиск наиболее обоснованных подходов к проблемам отраслей пришедших в упадок.

Следовательно, существует фактическая возможность заинтересовать крупные иностранные частные инвестиции, кредиты зарубежных государств и международных финансовых институтов. Только расширение аграрного экспортного потенциала может существенно решить большинство экономических проблем укрепления и конвертируемости национальной валюты,

создать внешний источник финансирования национальной экономики и повышения благосостояния народа.

Что касается отечественных аграрных экспортеров, то назрела необходимость пересмотра в отношении их налоговой и таможенной политики, невозможно учитывать экспорт только с фискальной стороны. Отечественных экспортеров следует поддерживать всеми доступными мерами, включая как финансовые, так и моральные, желательнее создать такие благоприятные условия, какими пользуются их опытные конкуренты на международном рынке.

Выход на мировые рынки с конкурентоспособной продукцией равно как импортирование товаров и использование зарубежных инвестиций, есть единственно и правильный путь соотношения отечественного и мирового уровней производства, производительности труда, технологий, новизны или качества продукции. При подобном подходе внешнеэкономические связи из малоэффективного и подручного средства, могут стать мощным катализатором подъема экономики республики, толч-

ком к научно-техническому прогрессу и, в конечном счете, будут способствовать устойчивому росту народного благосостояния.

Внешнеэкономические связи как конкурентообразующий фактор дадут возможность ускорению и внедрению реальным рыночным отношениям, станут естественным потоком взаимовыгодного перелива капиталов, товаров, научно-технического прогресса, рабочей силы, инновационной технологии между внутренним и внешним рынками.

Таким образом, Кыргызская Республика единственная страна, которая почти не имеет соответствующей системы как государственной, так и негосударственной финансовой поддержки аграрной экспортной деятельности, и эти условия негативно влияют на продвижение товаров отечественных производителей на международный рынок. Зарубежные конкуренты имеют выгодные преимущества перед нашими производителями с учетом более доступных кредитов, компенсированных государствами, а также защиту от политических и коммерческих рисков.

Библиографический список

1. Развитие аграрного сектора Кыргызстана и ЕАЭС. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kutbilim.kg/ru/>.
2. Программа развития пищевой и перерабатывающей промышленности Кыргызской Республики на 2017-2021 годы. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cbd.minjust.gov.kg/>.

PRIORITY AREAS FOR EXPANDING AGRICULTURAL EXPORT POTENTIAL IN THE KYRGYZ REPUBLIC

K. Atyshov¹, *Doctor of Economic Sciences, Professor*

Koch Khalil², *Candidate of Economic Sciences, Doctoral Student*

T.K. Tuleev², *Applicant*

Y. Mamanova², *Postgraduate Student*

¹**Kyrgyz Scientific and Economic University named after M. Ryskulbekov**

²**Kyrgyz National Agrarian University named after K.I. Scriabin
(Kyrgyzstan, Bishkek)**

***Abstract.** In this article, the authors note the important role of export in the development of the agricultural sector of the economy. The main direction of the development of the agricultural and export potential of the republic should be the development of a strategy of agrarian diversification, which will allow to increase the share of products with a high degree of processing in the structure of export and agriculture, production of its high-technological type and stimulation of innovations. The development strategy of the diversification of the agricultural sector of the republic should provide for the choice of the most appropriate ways to maximize its competitiveness with the perspective of the development of a technological and socially oriented production complex. In these conditions, it was noted that the main tool for carrying out a targeted policy of introducing diversification processes into the economy are qualitative innovative and management mechanisms adapted to modern reality with the perspective of sustainable development. At the same time, it was noted that the direction of action of such mechanisms should be the creation of the necessary conditions for the growth of the gross domestic product and the improvement of the standard of living of the population. This will be achieved due to the expansion of exports based on the effective use of the country's agricultural resource potential.*

***Keywords:** agricultural sector, strategy, production, export potential, region, efficiency, competitiveness, diversification, market, complex.*

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ СОКРАЩЕНИЯ ВРЕМЕНИ ЦИКЛА ПРОИЗВОДСТВА JUST-IN-TIME, KANBAN ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ МЕТАЛЛОЧЕРЕПИЦЫ

А.Р. Ахмадуллин, магистрант

Казанский национальный исследовательский технический университет имени А.Н. Туполева
(Россия, г. Казань)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-34-37

Аннотация. В данной статье рассмотрены принципы бережливого производства, которые могут быть применены в производстве металлочерепицы. Рассмотрены методы сокращения времени цикла производства, такие как Just-In-Time (JIT) и Kanban, их области применения, принципы работы, преимущества и недостатки каждого, а также проведен их сравнительный анализ. Кроме того, приведены примеры внедрения методов Just-In-Time (JIT), Kanban на предприятия, имеющие ряд проблемных мест при производстве.

Ключевые слова: принципы бережливого производства, методы сокращения времени цикла производства, Just-In-Time, Kanban.

Принципы бережливого производства (Lean Manufacturing) могут быть применены во многих отраслях, включая производство металлочерепицы. Ниже приведены некоторые примеры принципов бережливого производства, которые могут быть применены в производстве металлочерепицы:

- Устранение потерь. Принцип устранения потерь основан на идее того, что любой процесс имеет потенциал для улучшения. Потери могут возникать из-за избыточных запасов, ненужных движений или ожиданий, дефектов и т.д. Путем идентификации и устранения потерь можно увеличить эффективность производства металлочерепицы.

- Контроль качества. Контроль качества является важным аспектом производства металлочерепицы. Он включает в себя проверку качества сырья, проверку качества процесса производства и проверку готовой продукции перед ее отправкой на склад. Принцип бережливого производства предполагает, что проверка качества должна осуществляться на каждом этапе производства, чтобы исключить дефекты и улучшить качество продукции.

- Сокращение времени цикла производства. Сокращение времени цикла производства может помочь повысить эффективность и снизить затраты на производ-

ство металлочерепицы. Принцип бережливого производства предполагает использование методов сокращения времени цикла производства, таких как Just-In-Time (JIT), которые позволяют минимизировать запасы и сократить время, необходимое для производства продукции.

- Непрерывное улучшение. Принцип бережливого производства включает в себя непрерывное улучшение процессов и методов производства металлочерепицы. Это может быть достигнуто путем анализа производственных данных и обратной связи от работников и клиентов. Улучшение процессов и методов производства может привести к повышению качества продукции, снижению затрат и улучшению конкурентоспособности на рынке [1].

Применение принципов бережливого производства в производстве металлочерепицы может привести к повышению эффективности производства, улучшению качества продукции, снижению затрат и повышению конкурентоспособности на рынке.

Сокращение времени цикла производства металлочерепицы - это один из ключевых аспектов принципа бережливого производства, который позволяет улучшить производительность и эффективность производства.

Для достижения сокращения времени цикла производства металлочерепицы можно использовать методы Just-In-Time (JIT) и Kanban. Метод JIT позволяет управлять производственными запасами, минимизируя их количество и оптимизируя их поток. Кроме того, метод Kanban позволяет контролировать производственные процессы, обеспечивая своевременную доставку материалов на производственные линии.

Также, можно оптимизировать производственные процессы, используя современное оборудование, автоматизацию и роботизацию. Это позволит ускорить производственный процесс, повысить точность и качество продукции, а также снизить затраты на оплату труда.

Важным аспектом сокращения времени цикла производства металлочерепицы является также управление производственным персоналом и обучение работников новым технологиям и методам работы. Обученный и мотивированный персонал способен более эффективно выполнять свои задачи, что также приводит к сокращению времени цикла производства металлочерепицы.

В целом, сокращение времени цикла производства металлочерепицы является важным аспектом принципа бережливого производства, который позволяет повысить эффективность и конкурентоспособность производства [2].

Методы Just-In-Time (JIT) и Kanban имеют свои отличительные особенности (табл. 1).

Таблица 1. Сравнение методов Just-In-Time (JIT) и Kanban при производстве металлочерепицы [3, 4]

	Just-In-Time (JIT)	Kanban
Определение	Метод управления производственными запасами, минимизирует запасы и оптимизирует поток	Метод управления производственными процессами, обеспечивает своевременную доставку материалов
Применение	Минимизация запасов на производственной линии, оптимизация потока и снижение затрат	Контроль производственных процессов, обеспечение своевременной доставки материалов на производственные линии
Принцип работы	Выпуск продукции на производственную линию только в том случае, когда это необходимо	Контроль запасов и своевременная доставка материалов на производственную линию
Персонал	Взаимодействие между производственным персоналом, отделом снабжения и управлением производством	Ответственность за снабжение материалами возлагается на поставщика
Преимущества	Снижение затрат на хранение запасов, ускорение производственного процесса, улучшение качества продукции	Оптимизация потока материалов, сокращение времени цикла производства, улучшение точности управления
Недостатки	Требуется высокая точность прогнозирования спроса, сложность управления поставщиками	Неэффективность при использовании нескольких типов материалов, сложность внедрения

Оба метода направлены на повышение эффективности производства металлочерепицы. JIT используется для оптимизации запасов на производственной линии и минимизации времени цикла производства, тогда как Kanban обеспечивает своевременную доставку материалов на производственную линию. Они также отличаются в том, что JIT требует точного прогнозирования спроса и сложно управлять поставщиками, тогда как Kanban неэффективен

при использовании нескольких типов материалов и имеет сложности внедрения.

Как пример применения метода Just-In-Time (JIT) при производстве металлочерепицы может быть компания, решившая внедрить метод JIT для оптимизации производственных запасов и ускорения процесса производства.

Для этого компания сначала проанализировала свои производственные процессы и выявила, что в некоторых случаях некоторые материалы и компоненты, использу-

емые при производстве металлочерепицы, заказываются заранее, чтобы убедиться, что они будут доступны на производственной линии в нужное время. Однако это приводило к большим запасам, необходимости хранения большого количества материалов и повышению затрат на управление запасами.

Для решения этой проблемы компания решила перейти на систему JIT. Она начала заказывать материалы только тогда, когда они действительно нужны на производственной линии. Кроме того, компания реорганизовала производственную линию, чтобы ускорить процесс производства и сократить время цикла производства.

В результате компания смогла сократить запасы на производственной линии, снизить затраты на управление запасами и повысить эффективность производства металлочерепицы. Благодаря этому методу, компания смогла улучшить качество продукции, сократить время доставки заказов и улучшить удовлетворенность клиентов.

Как пример применения метода Kanban при производстве металлочерепицы может выступать компания, решила внедрить систему Kanban для улучшения управления запасами и производственными процессами.

Для этого компания сначала проанализировала свои производственные процессы и выявила, что процесс сборки металлических панелей мог быть улучшен. Кроме того, компания имела проблемы с управлением запасами, что приводило к частым простоям на производственной линии и задержкам в выполнении заказов.

Библиографический список

1. Хоббс Д.П. Внедрение бережливого производства: практическое руководство по оптимизации бизнеса // Пер. с англ. – П.В. Гомолко (гл. 1-3), А.Г. Петкевич; науч. ред. Д.В. Серета. – Минск: Гревцов Паблишер, 2007. – 352 с.

2. Вэйдер, Майкл. Инструменты бережливого производства. Мини-руководство по внедрению методик бережливого производства. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 125 с.

3. Вялов, А.В. Бережливое производство: учеб. пособие. – Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2014. – 100 с.

4. Васильева С.Е., Данилова С.Ю. Методика внедрения инструмента бережливого производства 5S // Молодой ученый. – 2016. – №13. – С. 388-392.

5. Канбан и "точно вовремя" на Toyota. Менеджмент начинается на рабочем месте / Пер. с англ. Е. Пестерева. – М.: Альпина-Бизнес Букс, 2008.

Для решения этой проблемы компания внедрила систему Kanban, которая позволяет контролировать уровень запасов и снижать риск возникновения простоев в производственном процессе.

Компания разработала Kanban-карты, которые используются для управления материалами и компонентами, используемыми в производственном процессе металлочерепицы. Когда материалы начинают заканчиваться, операторы на производственной линии помещают Kanban-карты в контейнер с использованными материалами и отправляют их на склад, чтобы заказать новые материалы. После того, как новые материалы поставляются на производственную линию, операторы удаляют Kanban-карты из контейнеров и возвращают их на склад.

Эта система Kanban позволяет компании контролировать уровень запасов, устранять задержки в производственном процессе и улучшать управление запасами. Благодаря этой системе компания смогла увеличить производительность, снизить затраты на управление запасами и сократить время доставки заказов, увеличивая тем самым удовлетворенность клиентов [5].

Таким образом, оба метода требуют взаимодействия между различными отделами и персоналом компании. JIT требует точного прогнозирования спроса и сложного управления поставщиками, в то время как Kanban основан на ответственности поставщика за своевременную доставку материалов.

**APPLICATION OF METHODS TO REDUCE THE PRODUCTION CYCLE TIME
JUST-IN-TIME, KANBAN IN THE PRODUCTION OF METAL TILES**

A.R. Akhmadullin, *Graduate Student*

**Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev
(Russia, Kazan)**

***Abstract.** This article discusses the principles of lean manufacturing, which can be applied in the production of metal tiles. The methods of reducing the production cycle time, such as Just-In-Time (JIT) and Kanban, their applications, principles of operation, advantages and disadvantages of each, are considered, and their comparative analysis is carried out. In addition, examples of the introduction of Just-In-Time (JIT), Kanban methods to enterprises with a number of problem areas in production are given.*

***Keywords:** principles of lean manufacturing, methods of reducing the production cycle time, Just-In-Time, Kanban.*

АНАЛИЗ ПЕРЕМЕЩЕНИЯ ФИЗИЧЕСКИМИ ЛИЦАМИ ТОВАРОВ ДЛЯ ЛИЧНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ ЧЕРЕЗ ТАМОЖЕННУЮ ГРАНИЦУ ЕАЭС

Ю.С. Баранова, студент

В.А. Япрынцева, студент

Научный руководитель: Е.В. Алексеева, канд. экон. наук, доцент

Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского
(Россия, г. Калуга)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-38-40

Аннотация. В данной статье проведен анализ перемещения физическими лицами товаров для личного пользования через таможенную границу ЕАЭС. Выявлено, что наибольшая доля таможенных пошлин при перемещении физическими лицами товаров приходится на легковые автомобили, наблюдается снижение доли товаров, доставляемых сопровождаемым багажом, рост доли товаров доставляемых МПО и перевозчиком.

Ключевые слова: товары для личного пользования, физические лица, таможенные платежи.

Таможенные органы обязаны осуществлять таможенный контроль товаров для личного пользования, перемещаемых через таможенную границу ЕАЭС, в связи с чем возникает необходимость в оценке порядка перемещения физическими лицами товаров для личного пользования, пересекающих таможенную границу.

Для перемещения товаров на границе и в иных местах, определенных законодательством, создаются специально оборудованные пункты пропуска. Пункты пропуска расположены в аэропортах, морских и речных портах, на автовокзалах, железнодорожных станциях и грузовых терминалах. Основной задачей пунктов пропуска является выявление и пресечение таможенных нарушений (например, ввоз/вывоз

запрещенных товаров, контрабанды, контрафактных товаров, которые наносят ущерб обществу или стране) [3].

Торговля различными товарами – это один из элементов производственного процесса, структурой которого является производство, распределение и потребление готовой продукции или услуг. С развитием научно-технического прогресса, распространением портативных средств связи, носителей и передачи информации, появилась возможность поддерживать общение с продавцами, не выходя из дома, покупать продукцию и услуги удаленно. Электронная торговля начала набирать свои обороты с появлением сети Интернет и каждый день ее популярность растёт.

Таблица 1. Динамика показателей международной электронной торговли

	2019	2020	2021	Темп роста 2021 г. в % к	
				2019	2020
Объем оформленных таможенными органами МПО, млн.шт.	332	219	194	58,43	88,58
Объем экспресс-грузов, доставленных в адрес физ.лица в рамках международной электронной торговли, млн.шт.	8	14	35	437,50	250,00

Объем оформленных таможенными органами МПО в 2021 г. сократился (194 млн. шт.) по сравнению с 2019г. (332 млн.шт.) и 2020 г. (219 млн. шт.). Объем экспресс-грузов значительно увеличился в 2021 г. (35 млн. шт.), по сравнению с

2019 г. показатель вырос на 337%, а по сравнению с 2020 г. на 150%.

Физические лица не могут перемещать товары, которые предназначены для коммерческого использования. На территорию ЕАЭС без уплаты таможенных платежей разрешен ввоз товаров для личного поль-

зования – товаров, предназначенных для личных, семейных, домашних и иных нужд физических лиц, не связанных с осуществлением предпринимательской де-

ятельности. В стоимость товаров для личного пользования не включаются расходы по их перевозке и страхованию.

Таблица 2. Структура и динамика уплаченных таможенных платежей в отношении товаров для личного пользования

Показатель	2019		2020		2021		Темп роста 2021 г. в % к	
	млрд.руб.	%	млрд.руб.	%	млрд.руб.	%	2019	2020
Легковые автомобили	21,93	87,7	25,40	87,9	38,1064	87,2	99,43	99,20
Иные транспортные средства	1,25	5	1,13	3,9	1,40	3,21	64,20	82,31
Доставляемые товары	0,83	3,3	1,50	5,2	2,91479	6,67	202,12	128,27
Сопровождаемый багаж	0,43	1,7	0,09	0,3	0,07866	0,18	10,59	60,00
Несопровождаемый багаж	0,23	0,9	0,23	0,8	0,41	0,94	104,44	117,50
МПО	0,35	1,4	0,55	1,9	0,7866	1,8	128,57	94,74
Итого	25	100	28,9	100	43,7	100	174,8	151,21

Наибольшая доля уплаченных таможенных пошлин, налогов и сборов при перемещении физическими лицами товаров приходится на легковые автомобили и составляет в 2021 году 87,2%, это на 0,7 процента меньше чем в 2020 году и на 0,5% меньше, чем в 2019 году. Таким образом, в анализируемом периоде произошло незначительное уменьшение перемещения товаров легковыми автомобилями. Структура уплаченных таможенных платежей в отношении товаров для личного пользования изменилась незначительно.

Для физических лиц создаются благоприятная среда для перемещения товаров для личного пользования и грузов через таможенную границу ЕАЭС [4]. Для эффективности осуществления таможенными органами, связанных с перемещением физическими лицами товаров через таможенную границу ЕАЭС и проведения таможенного контроля предусмотрены такие меры, как:

- повышение эффективности таможенного контроля путем применения искус-

ственного интеллекта в целях предотвращения коррупции в таможенных органах;

- использование QR-кодов при перемещении физическими лицами товаров через таможенную границу ЕАЭС;

- разработка и внедрение «интеллектуальных пунктов пропуска»;

- цифровизация механизма уплаты таможенных платежей, налогов и сборов при перемещении товаров для личного пользования через таможенную границу ЕАЭС [1].

В данное время уже работают такие системы как: личный кабинет участника ВЭД, информационный сервис «Таможенная проверка», применение определенных цифровых инструментов, в частности, электронной цифровой подписи (ЭЦП) [2].

Анализ перемещения физическими лицами товаров необходим для повышения эффективности применяемых таможенными органами мер по проведению таможенного контроля и совершению таможенных операций.

Библиографический список

1. Гомон, И.В. Оценка перемещения физическими лицами товаров для личного пользования различными видами транспортных средств / И.В. Гомон, К.И. Мустафина, А.А. Плахова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – № 11-3(62). – С. 167-171.

2. Дорожкина, Т.В. Развитие цифрового администрирования в рамках ЕАЭС / Т.В. Дорожкина, С.Т. Исмаилов // Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Серия: Экономика и управление. – 2022. – № 19. – С. 29-30.

3. Круглов, В.Н. Инновационный аспект таможенной сферы деятельности Российской Федерации / В.Н. Круглов, Е.В. Алексеева // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. – 2022. – № 1. – С. 34-39.

4. Современные тенденции администрирования таможенных платежей в федеральный бюджет России / О.М. Петрушина, М.В. Непарко, В.О. Гажва, О.А. Серова // Экономика: теория и практика. – 2018. – № 2(50). – С. 51-55.

5. Стратегия развития ФТС России до 2030 года. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://customs.gov.ru/activity/programmy-razvitiya/strategiya-razvitiya-fts-rossii-do-2030-goda>.

ANALYSIS OF THE MOVEMENT OF GOODS FOR PERSONAL USE BY INDIVIDUALS ACROSS THE CUSTOMS BORDER OF THE EAEU

Yu.S. Baranova, *Student*

V.A. Yapryntseva, *Student*

Supervisor: *E.V. Alekseeva, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky

(Russia, Kaluga)

Abstract. *This article analyzes the movement of goods for personal use by individuals across the customs border of the EAEU. It was revealed that the largest share of customs duties when moving goods by individuals falls on passenger cars, there is a decrease in the share of goods delivered by accompanied baggage, an increase in the share of goods delivered by the MPO and the carrier.*

Keywords: *goods for personal use, individuals, customs payments.*

АНАЛИЗ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ КОМПАНИИ «Х»

И.А. Белорусова, студент

В.О. Ожигов, студент

**Новосибирский государственный университет
(Россия, г. Новосибирск)**

DOI: 10.24412/2411-0450-2023-5-1-41-50

***Аннотация.** Ввиду многих факторов, раскрытых в настоящей работе, рынок товаров для дома и ремонта испытывает большие темпы роста. Компания «Х» является крупным игроком на рассматриваемом рынке, представляя из себя одного из ведущих розничных продавцов, обладающего большой клиентской базой. В рамках исследования внутренней среды компании «Х» удалось охарактеризовать занимаемое ею место на рынке и предлагаемый ассортимент. Проведенный внешний анализ позволил выделить прямых и косвенных конкурентов, а также дать оценку их рыночного состояния.*

***Ключевые слова:** рынок товаров для дома и ремонта, рынок товаров DIY, анализ внутренней среды, анализ внешней среды.*

Характеристика мирового рынка товаров для дома и ремонта

В последние годы мировой рынок товаров для дома и товаров DIY неуклонно растет, что обусловлено рядом факторов, включая урбанизацию, рост населения и повышенный интерес потребителей к обустройству и ремонту дома. Что касается категорий товаров, то рынок DIY включает в себя широкий спектр товаров, таких как инструменты, строительные материалы, садовые принадлежности и предметы домашнего декора. Наиболее популярные категории варьируются в зависимости от региона, но электроинструменты и инструменты для ремонта неизменно входят в число самых продаваемых категорий во всем мире. Согласно отчету Allied Market Research, мировой рынок товаров для дома достигнет \$1 680,8 млрд. к 2027 году и будет расти на 4,5% в период с 2020 по 2027 год [1].

Пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на рынок товаров для дома и ремонта и стала сильнейшим драйвером, поскольку многие люди проводили больше времени дома и вкладывали средства в благоустройство и ремонт своей жилой площади. Самоизоляция также немного поменяла паттерны поведения потребителей, которые стали более глубоко погружаться в сферу DIY с момента пандемии.

Одной из главных мировых тенденций является растущий спрос на экологически чистые и устойчивые продукты. Поскольку все больше потребителей осознают влияние на окружающую среду, многие потребители ищут товары для дома и товары DIY, которые изготовлены из переработанных материалов, или же доверяют компаниям, которые используют возобновляемые источники энергии. Ожидается, что эта тенденция сохранится в ближайшие годы, аналитики прогнозируют, что к 2030 году рынок экологичных товаров для дома может составить 1 триллион долларов.

Еще одной важной тенденцией на мировом рынке товаров для дома и DIY является рост электронной коммерции. В последние годы онлайн-продажи товаров для дома быстро растут благодаря удобству онлайн-заказа и доставки на дом. Согласно отчету ResearchAndMarkets.com, мировой рынок электронной коммерции товаров для ремонта и дома будет расти на 14,1% в период с 2020 по 2025 год [2].

В целом мировой рынок товаров для ремонта и дома, включая товары DIY, в ближайшие годы ожидает значительный рост. Тенденции экологичности и технологичности товаров, вероятно, будут продолжать стимулировать инновации и спрос на рынке.

Рынок товаров для ремонта и дома в РФ

Отечественный рынок рассматриваемых нами товаров на текущий момент переживает некие колебания, в тоже время позволяющие другим игрокам занять пустующие ниши. Также стоит упомянуть, что по результатам первого полугодия 2022 года оборот отечественного рынка DIY сократился на 3% без учета инфляции. На отрасль негативно повлияла развернувшийся широкомасштабный конфликт на Украине, который повлек за собой снижение доходов населения на 7-10%, существенное повышение цен на строительные материалы (на 20% и более) и рост кредитных ставок [3]. Вопрос производства отечественных строительных материалов своими силами на российских фабриках тесно коррелирует с импортным сырьем. На текущий момент многие отечественные компании все еще ощущают сырьевую зависимость от зарубежных поставщиков. Цены на сырье начали расти еще во времена пандемии и продолжают расти до сих пор. Тем не менее государство предпринимает шаги для улучшения ситуации на рынке стройматериалов. Одна из главных целей – снижение объемов фальсификата. В рамках Стратегии развития строительной отрасли и жилищно-коммунального хозяй-

ства до 2030 года, планируется внедрение цифровой маркировки на строительные материалы, чтобы усилить контроль и достичь снижения доли фальсификата на 50% к 2030 году и на 80% к 2035 году.

В России на рынке DIY, в основном, существуют гипермаркеты, в которых представлен широкий ассортимент товаров для строительства, обустройства дома и дач. Рынок DIY включает в себя четыре основных сегмента: Hard DIY, Soft DIY, Household и Garden. Hard DIY предлагает товары для строительства, капитального ремонта и черновой отделки (наиболее распространенную на рынке B2B). Soft DIY предлагает товары для оформления интерьера, декора и товаров для дома, чаще встречаются на рынке B2C. Household включает в себя товары для косметического ремонта, интерьера, освещения и комнатные растения, а Garden - растения, грунт, оборудование для готовки на воздухе и садовую мебель и принадлежности. Наибольший объем заказов и онлайн-продаж приходится на сегмент Hard DIY, за которым следует Soft DIY, что иллюстрирует рисунок 1. Крупнейшей сетью гипермаркетов в сегменте Hard DIY является компания «Х», а в Soft DIY – ритейлер «Петрович».

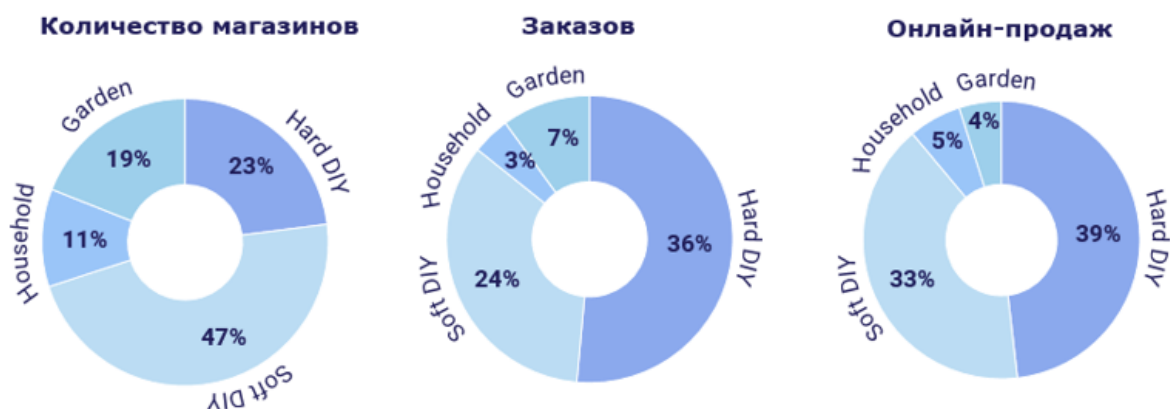


Рис. 1. Доли продаж в общем объеме по сегментам DIY

Жилищное строительство является основным фактором, влияющим на рост рынка DIY. С 2019 по 2021 год на финансовые результаты участников рынка DIY положительно повлияли увеличение ипо-

течного кредитования и активное введение в эксплуатацию жилых домов.

Характеристика компании «Х» и ее ассортимента

Компания «Х» – транснациональная компания, занимающаяся розничной тор-

говлей товарами для дома и ремонта (DIY товары). Компания была основана в 1923 году и открыла свой первый магазин в России в 2004 году. С тех пор компания «Х» стала известным и надежным брендом на российском рынке, имея более 100 магазинов в различных регионах страны. В марте 2023 года группа компаний, под чьим руководством находится компания «Х», объявила о том, что магазины перейдут под местное управление в связи с СВО, развернувшейся в феврале 2022 года. Группа компаний еще год назад остановила все инвестиции в российский бизнес, что означает, что «Х» в России находится под автономным управлением. Компания обещает, что продолжит свою работу в России и сохранит все рабочие места. Основная разница – тот факт, что «Х» в России больше никак не связан с головным офисом за границей. Также не исключается смена названия компании.

Основными направлениями деятельности компании являются розничные продажи строительных, ремонтных и отделочных материалов, инструментов и оборудования. Ассортимент продукции включает в себя все: от краски и обоев до напольных покрытий, сантехники и электротоваров. Компания «Х» стремится предоставлять высококачественную продукцию по доступным ценам и помогает клиентам сделать их дома более комфортными и красивыми. Магазины, как правило, большие, от 10 000 до 20 000 квадратных метров, и разделены на различные секции по категориям товаров. Каждая секция предназначена для демонстрации товаров интерактивным способом, позволяя покупателям представить, как эти товары будут смотреться в их домах. Помимо товаров, магазины компании «Х» также предлагают различные услуги, включая доставку, установку и сборку. В магазинах есть специальные зоны обслуживания, где покупатели могут поговорить с представителями об этих услугах. Магазины в России работают в формате самообслуживания, предлагая широкий ассортимент продукции, в некоторых магазинах представлено до 60 000 товаров. Наиболее популярными категориями товаров в магазинах «Х» в

России являются строительные материалы, сантехника, электрика и освещение. На эти категории приходится значительная часть продаж компании в стране. В 2021 году, по данным компании, продажи строительных материалов выросли на 13% по сравнению с предыдущим годом, а продажи электротехнической и светотехнической продукции увеличились на 22%. Помимо всего прочего, компания активно занимается развитием СТМ (собственная торговая марка), которая предлагает ассортимент высококачественных товаров для декора дома и мебели, и СТМ AquaExpert, которая предоставляет клиентам ассортимент сантехники и товаров для ванной комнаты.

Миссия компании заключается в том, чтобы предоставить покупателям наилучший опыт покупок, предлагая широкий ассортимент продукции, консультации экспертов и отличное обслуживание клиентов. Компания «Х» стремится стать универсальным многопрофильным магазином для удовлетворения всех потребностей в обустройстве дома и гордится тем, что является социально ответственной компанией, заботящейся об окружающей среде и обществе. Стратегии компании «Х» включают в себя расширение ассортимента продукции, улучшение обслуживания клиентов и увеличение присутствия на российском рынке. Компания также инвестирует значительные средства в электронную коммерцию и цифровые технологии, такие как мобильные приложения и платформы для онлайн-покупок, чтобы лучше обслуживать своих клиентов.

План развития компании включает в себя открытие новых магазинов в России с упором на небольшие города. Компания также инвестирует и продолжает инвестировать в местное производство и цепочку поставок, что поможет снизить затраты и повысить эффективность. Кроме того, «Х» стремится содействовать устойчивому развитию и активно работает над снижением своего воздействия на окружающую среду посредством различных инициатив, таких как использование возобновляемых источников энергии, сокращение отходов и продвижение экологически чистых продуктов. С точки зрения возможностей, «Х»

имеет сильную репутацию бренда, обширную розничную сеть и широкий ассортимент продукции. Ожидается, что инвестиции компании в электронную коммерцию и цифровые технологии еще больше расширят ее возможности и позволят охватить более широкую аудиторию.

Компания «Х» является одним из ведущих розничных продавцов товаров для дома в России, и его финансовые показатели на протяжении многих лет остаются впечатляющими. В 2019 году выручка «Х» в России составила 311 млрд. рублей, что на 5,5% больше по сравнению с предыдущим годом. В 2020 году, несмотря на влияние пандемии COVID-19, компания сообщила о выручке в размере 347 млрд. рублей, что на 11,5% больше по сравнению с предыдущим годом. Это объясняется тем, что большое количество клиентов находилось на самоизоляции в своих домах, что вызвало огромный рост спроса на товары DIY. В первой половине 2021 года выручка «Х» в России выросла на 27% по сравнению с аналогичным периодом 2020 года. Компания объясняет этот рост увеличением потока покупателей и повышением среднего размера чека. С 2021 года «Х» сфокусировалась на развитии электронной коммерции, цифровых технологиях и омниканальности обслуживания для повышения качества обслуживания покупателей и увеличения продаж.

Компания «Х» имеет сильную клиентскую базу в России, и количество клиентов неуклонно растет на протяжении многих лет. В 2020 году компания сообщила о рекордном количестве покупателей: в течение года магазины компании посетили более 31 миллиона человек. Согласно исследованиям Euromonitor, целевая аудитория

«Х» в России в основном состоит из потребителей среднего класса со средним доходом около 50 000-60 000 рублей в месяц. Эти потребители часто являются владельцами квартир и домов или арендаторами, которые хотят обновить свои дома или начинают ремонт помещений с нуля. Кроме этого сегмента можно выделить еще одно направление целевой аудитории. Компания «Х» ориентируется на широкий круг профессиональных строителей и подрядчиков. Отсюда можно сделать вывод, что большая часть товаров компании «Х» ориентирована на сегмент масс-маркета, а бизнес-модель компании коррелирует с "every day low price", т.е. «низкие цены каждый день». Компания «Х» является дискаунтером на рынке DIY и стройматериалов.

Конкурентный анализ: прямые и косвенные конкуренты компании «Х»

В целом, компания «Х» работает на высококонкурентном рынке в России, где присутствуют как иностранные, так и отечественные конкуренты. Несмотря на то, что компания заняла прочные позиции на рынке, ей необходимо продолжать внедрять инновации и дифференцировать себя, чтобы опередить своих конкурентов.

На представленной диаграмме на рисунке 2 показаны ведущие розничные компании DIY в России, ранжированные по количеству магазинов, которыми они управляют по состоянию на 2021 год. Согласно данным, в тройку лидеров по количеству магазинов DIY входят компания «Х», «Вимос» и «Стройландия» с 113, 42 и 33 магазинами соответственно. Четвертое и пятое места занимают российские ритейлеры "Оби" и "Петрович" с 27 и 21 магазинами соответственно.

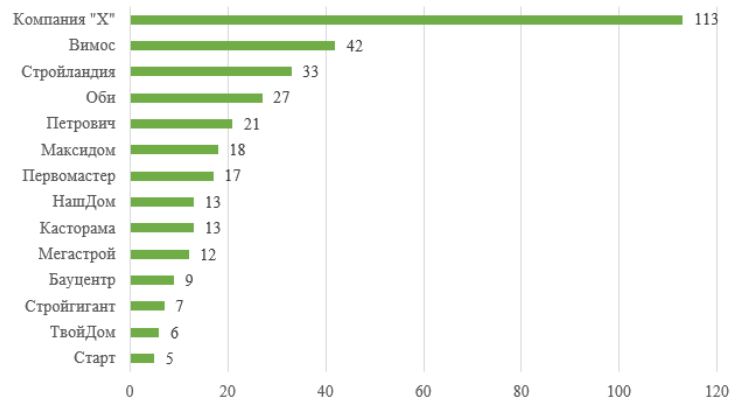


Рис. 2. Ведущие розничные компании DIY по количеству магазинов в России в 2021 году

Помимо этих конкурентов, работающих в розничной торговле, «X» также сталкивается с конкуренцией со стороны интернет-магазинов, таких как «Wildberries», «Ozon», «AliExpress» и «Яндекс.Маркет», которые предлагают товары для обустройства дома в рамках своих крупных платформ электронной коммерции. И в целом электронная коммерция становится все более важным каналом для розничной торговли DIY в России, хотя всего несколько лет назад этот сектор являлся менее пригодным для электронной коммерции, чем другие товарные направления. Согласно

отчету Euromonitor International, продажи товаров для ремонта и декора через каналы электронной коммерции в России выросли на 28% в 2020 году по сравнению с 2019 годом. Повторим тот факт, что этому поспособствовала вспышка коронавируса, которая стала главным драйвером роста электронной коммерции. Ожидается, что этот рост продолжится в ближайшие годы, и к 2025 году объем продаж в сфере электронной коммерции достигнет 205 млрд. рублей (2,8 млрд. долларов). Основные результаты интернет-торговли на 2019 и 2020 гг. представлены на рис. 3.

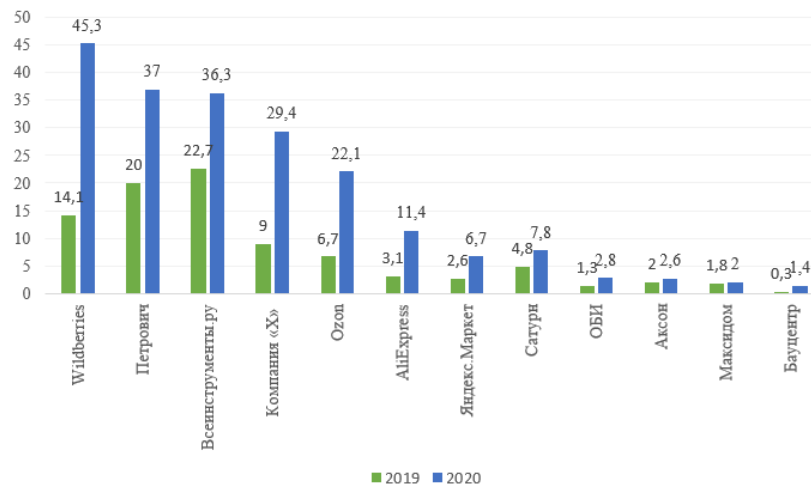


Рис. 3. Рейтинг ритейлеров DIY и маркетплейсов (с ассортиментом DIY) по online-продажам в 2019-2020 гг., млрд. руб.

Для «X» развитие собственной интернет-площадки является одной из ключевых задач на ближайшие годы. Помимо онлайн-заказа и доставки товаров на дом, «X» также предлагает услугу click-and-collect, которая позволяет покупателям

сделать заказ онлайн и забрать свои покупки в ближайшем магазине по формату самовывоза.

Если рассматривать прямых конкурентов, то позиция компании «X» не кажется наиболее выигрышной в разрезе предлага-

емого ассортимента по сравнению с основными конкурентами – «Петрович» и «Всеинструменты.ру». Все три представителя рынка явно нацелены на расширение ассортимента после ухода крупных игроков с рынков мебели, товаров для дома, декора и других товаров. Уже сейчас наблюдается, что в интернет-магазинах компаний представлены предметы интерьера для дома, мебель, системы хранения, текстиль, товары для кухни и ванной и другие товарные направления. В марте 2023 года стало известно, что шведская компания «ИКЕА» завершила продажу последней своей производственной площадки в России – мебельной фабрики в Новгородской области. Тем не менее, несмотря на уход компании, Минпромторг разрешил ввоз товаров бренда «ИКЕА» путем параллельного импорта. Ввоз иностранной продукции по параллельному импорту необходим в тех нишах, в которых отечественным производителям требуется более длительный процесс, чтобы перестроиться, найти новые логистические цепочки и расширить производство. Очевидно, что после ухода такого крупного игрока часть рынка остается свободной, и спрос на мебель и товары для дома не только не упадет, но и будет продолжать расти. Рассмотрим состояние рынка после ухода «ИКЕА» и оценим его дальнейшее развитие.

Заккрытие магазинов «ИКЕА» способствовало огромному наплыву покупателей на маркетплейсы в поисках аналогичных товаров. В начале августа «Ozon» и «Яндекс.Маркет» открыли специальные разделы с товарами «как в ИКЕА», которые сразу же стали лидерами продаж в своих категориях. В первом полугодии 2022 года, на которое пришлось объявление об уходе «ИКЕА» из России, ассортимент мебельного раздела «Ozon» вырос почти в девять раз по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Объем продаж мебели на «Ozon» в денежном выражении увеличился за год более чем в три раза [4].

В то же время российский мебельный сектор развивается, и «ИКЕА» внесла свой вклад в этот процесс, работая с десятками местных поставщиков: стеллажи и полки

производила фабрика «Ластра» из Нижегородской области, «Ангстрем» из Воронежа создавала фасады для кухонь и каркасы для кроватей, кожаные диваны выпускала компания «Кожпроммебель» из Рязани, стулья – «Runko Group» из Ленинградской области, табуреты – «Поволжский фанерно-мебельный комбинат» из Татарстана, матрасы – «Аскона» из Владимирской области и Новосибирска и так далее [5]. Можно также сказать, что «ИКЕА» в корне поменяла покупательские привычки и поведение тем, что глубоко внедрила скандинавский стиль на отечественном рынке. Планка требований потребителя выросла, потенциальные потребители после ухода компании не готовы ее опускать. Российским мебельщикам придется соответствовать запросам и стандартам аудитории.

«ИКЕА» в большинстве случаев воспринимается как ритейлер мебели, но в то же время имеет широкий ассортимент аксессуаров и товаров для дома, предметов декора.

Очевидно, что освободившуюся нишу в перспективе могут занять только крупные отечественные компании, которые имеют необходимые средства для наращивания объема продаж быстрыми темпами. К таким бенефициарам можно отнести «Hoff», «Твой Дом» и «Х». Несмотря на то, что после приостановления продаж «ИКЕА», рынок уже успел перераспределиться, спрос все еще остается высоким. Весной 2022 года спрос на мебель резко возрос, поскольку россияне стали переводить свои накопления в более стабильные активы – недвижимость. В первом квартале рынок мебели вырос на 20%, как сообщает АМ-ДПР. Аналитики CloudPayments зафиксировали рост онлайн-продаж мебели на 40% в январе-июне. Сервис «Авито.Услуги» также отметил рост спроса на индивидуальное изготовление мебели на заказ в июне на 30% [5]. Есть и противоречивое мнение, что мебельный рынок по окончании 2022 года будет долгое время находиться в стагнации. Это объясняется ростом инфляции и, как следствие, более экономным отношением населения к мебели, так как это не является товаром пер-

вой необходимости. В работе уже было упомянуто, что цены на сырье для строительных материалов начали расти еще со времен пандемии, цены на мебельное сырье – не исключение. За год цены на мебель прибавили 11,8% – выше официальной инфляции. За первый квартал текущего года мебель подорожала еще на 12,5%. Во многом приведенный выше рост оборотов индустрии – это следствие роста цен: в натуральном выражении объем продаж практически не изменился.

Новые реалии породили три рыночных тенденции в мебельном ритейле:

1. стремительный рост доли маркетплейсов;
2. рост запросов к крупным мебельным магазинам с большим ассортиментом;
3. повышенный интерес к многопрофильным магазинам, где продается не только мебель, но и прочие ремонтные материалы.

«ИКЕА» была ключевым гигантом в сфере мебельного ритейла, но помимо данной товарной категории компания реализовала и другие направления – декор, товары для дома, аксессуары для дома. Часть этих товарных категорий компания «Х» успешно реализует, но рассмотрим и других конкурентов в этих областях, делая упор на рынок Новосибирска.

Что касается рынка товаров для дома и аксессуаров, то одним из ключевых конкурентов является «Посуда Центр», реализующая по всей России посуду, текстиль, предметы интерьера, предметы для хранения. Данные о финансовых показателях компании строго конфиденциальны, но спрос на товары компании можно оценить по тем факторам, что «Посуда Центр» имеет точки продаж в 57 городах России, а также реализует товары путем продажи в собственном интернет-магазине и на маркетплейсах. Еще один конкурент в смежной сфере – компания «Kuchenland», представляющая аксессуары для кухни, текстиль для кухни, товары для хранения, текстиль для гостиной и спальни, предметы интерьера и декора. Компания уже около 20 лет успешно реализует свои товары в более дорогом сегменте, чем «Посуда Центр». В 2022 году помимо расширенных основных и сезонных линеек, ассортимент магазина пополнился мебелью. Компания имеет довольно стабильные показатели по Новосибирску, которые можно оценить через рисунок 4, иллюстрирующий количество покупок через digital-каналы. Показатели проданных товаров в компании стабильны, резкие перепады на декабрь-январь вызваны сезонностью.

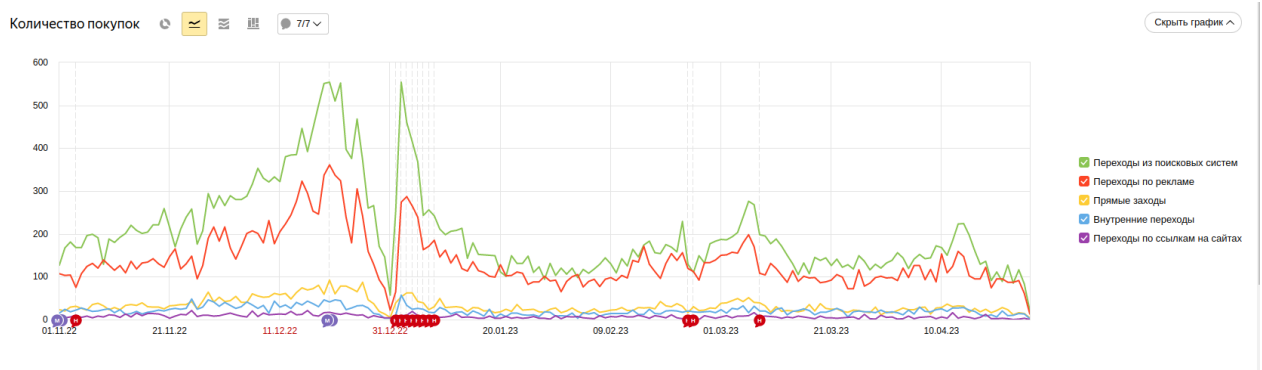


Рис. 4. Количество покупок на сайте компании «Kuchenland» через переходы из различных источников

Помимо этого, активно расширяет свои границы сеть товаров для дома «Cozy Home», которая на апрель 2023 года имеет около 50 магазинов по всей стране (5 магазинов – в Новосибирске) и собственный интернет-магазин. Несмотря на собствен-

ную платформу, компания сбывает свою продукцию и посредством маркетплейсов. «Cozy Home» занимает лидирующие позиции в сегменте постельного белья. Также стоит сказать о капсульном подходе к формированию ассортимента, в результате

которого покупателю предлагаются готовые интерьерные решения. Товары из разных категорий объединяются по стилю, дизайну и цветовой гамме. В торговом зале это обыгрывается с помощью мерчандайзинга. В интернет-магазине каталог включает специальный раздел, где товары из разных категорий собраны в комплекты.

Также в Новосибирске представлен локальный конкурент «Колорлон», реализующий товары как в точках продаж, так и онлайн. Каталог компании представлен строительными материалами, товарами для ремонта, товарами для дачи и сада, товарами для дома, зоотоварами, автотоварами, товарами для красоты, канцтоварами, детскими товарами, спортивными товарами, одеждой. В гипермаркетах «Колорлон», общей площадью более 40 000 м², представлено более 120 000

наименований товаров ведущих российских и международных торговых марок. Компания активно проводит экспансию и уже вышла на Московский рынок с несколькими точками продаж. Выручка компании «Колорлон» в 2020 году, по данным Rusprofile, составила 6,1 млрд. рублей, а прибыль – 16 млн. рублей.

С момента объявления новости об уходе компании «ИКЕА» с рынка России прошло больше полугода (на апрель 2023 года), что дало компании «Х» переработать свою стратегию для занятия освободившейся ниши. Из рис. 5 видно, что на 2021 год компания ИКЕА занимала около 6% рынка DIY (без учета мебели и товаров для дома), уход компании с рынка позволит конкурентам перераспределить эту долю между ними и занять новые ниши.

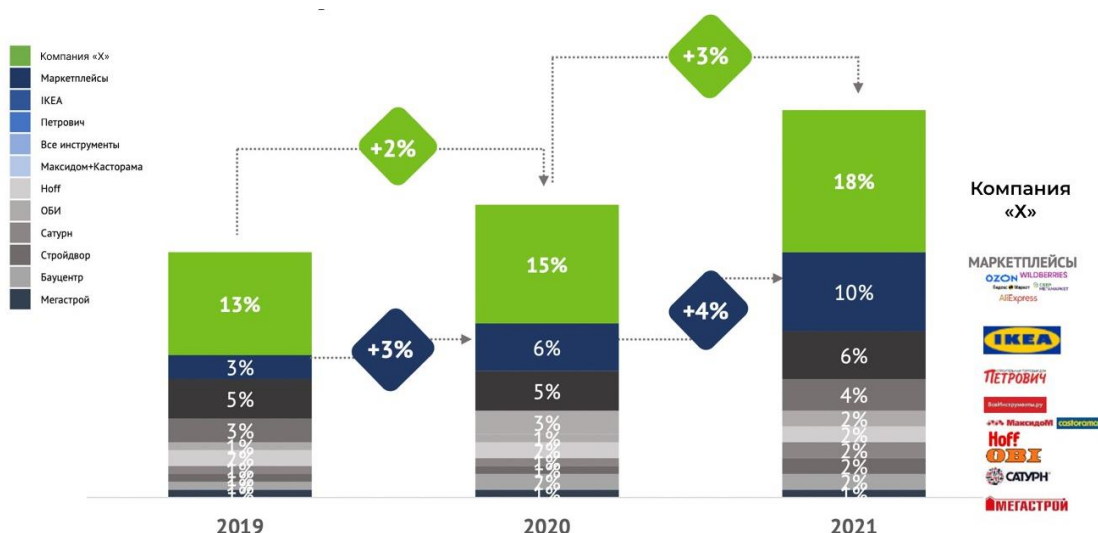


Рис. 5. Топ-10 конкурентов на рынке DIY, Household и мебели в 2019-2021 гг.

Рассмотрим категориальные группы в компании «Х» и «ИКЕА» с целью выявить основные пересечения и обновления ассортимента первой компании после ухода «ИКЕА» с рынка. Категории товаров верхнего уровня в «ИКЕА» (до ухода с рынка РФ): кровати и матрасы, хранение, товары для детей, домашний текстиль, предметы интерьера, освещение, посуда и аксессуары, кухня и бытовая техника, товары для ванной комнаты, товары для активного отдыха, товары для офиса, товары и растения для сада.

Категории товаров верхнего уровня в «Х» на апрель 2023 года: инструменты, краски, сад, декор, напольные покрытия, плитка, столярные изделия, окна и двери, стройматериалы, сантехника, хранение, скобяные изделия, освещение, водоснабжение, кухни, электротовары. В товарной группе «хранение» представлены следующие подкатегории: мебель, гардеробные системы, хранение в гараже и мастерской, мебельные детали и комплектующие, полки и кронштейны, аксессуары для хранения, емкости для хранения, коробки и упаковочные материалы, сборные стеллажи,

мягкая мебель, сумки и чемоданы, уход за одеждой, мебель для детской. В товарной группе «декор» представлены следующие подкатегории: обои для стен и потолка, оформление окна, карнизы для штор, текстиль для дома, ткань для декора, постельное бельё, постельные принадлежности, ковры и коврики для интерьера, декор для стен, декоративная мебель, оформление интерьера, декор для детской, декор для кухни, декор для спальни, декор для жилых и коммерческих помещений, товары для творчества, праздничный декор и подарки.

Исходя из категорий товаров, описанных выше, очевидно, что «Х» уже имплементировал часть товаров, представленных в «ИКЕА», в свой ассортимент. Это подтверждают пересечения в категориях текстиль, элементы декора, посуда, мебель, аксессуары для хранения.

Заключение

Таким образом, были проанализированы тенденции мирового рынка товаров для дома и ремонта, в частности товаров DIY, среди которых оказались растущий спрос на экологически чистые и устойчивые продукты, рост электронной коммерции. Стоит отметить, что пандемия коронавируса оказала сильный положительный эф-

фект на изучаемый рынок, изменив привычный образ жизни и поведения потребителей. Отечественный рынок переживает нестабильные времена – конфликт на Украине, вызвавший существенное повышение цен, а также сильная сырьевая зависимость от зарубежных поставщиков негативно влияют на отрасль.

Компания «Х» - крупный игрок на российском рынке товаров для дома и ремонта с широким ассортиментом продукции. Уход с рынка игрока «ИКЕА» заставило «Х» переработать свою стратегию и, тем самым, занять часть освободившейся ниши.

Можно сказать, что интерес к ассортименту компании «Х» будет только возрастать, в свою очередь руководству компании важно найти точки роста в ассортиментной политике, чтобы закрыть потребности клиентов. Ключевыми конкурентами для компании будут являться как зарекомендовавшие себя отечественные ритейлеры, так и маркетплейсы. Явно прослеживается тренд на увеличение спроса на мебель и товары для дома именно на маркетплейсах: количество запросов на покупку мебели в поисковиках в «Ozon» выросло на 15%, в «Яндекс.Маркете» – до 10%.

Библиографический список

1. Home Improvement Market by Product Type, Consumer Group, and Distribution Channel: Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2020-2027 // AlliedMarketResearch. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alliedmarketresearch.com/home-improvement-services-market-A11851> (дата обращения: 20.03.2023).
2. Global Home Improvement Products Market 2021-2025 // ResearchAndMarkets. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5510787/global-home-furnishings-market-2021-2025> (дата обращения 14.03.2023).
3. DIY рынок в России сократился на 3% на фоне роста цен и ухода «ИКЕА» [Электронный ресурс] // Интерфакс. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/853741> (дата обращения 02.04.2023).
4. Как в ИКЕА: как маркетплейсы зарабатывают на закрытии шведской сети // Forbes. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes/475455-kak-v-ikea-kak-marketplejisy-zarabatyvaut-na-zakrytii-svedskoj-seti> (дата обращения 05.04.2023).
5. Уютно – и точка: как изменится российский рынок мебели после ухода ИКЕА // Профиль. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://profile.ru/economy/ujutno-i-tochka-kak-izmenitsya-rossijskij-rynok-mebeli-posle-uhoda-ikea-1120825/> (дата обращения: 05.04.2023).

**ANALYSIS OF THE INTERNAL AND EXTERNAL ENVIRONMENT OF COMPANY
"X"****I.A. Belorusova, Student****V.O. Ozhigov, Student****Novosibirsk State University****(Russia, Novosibirsk)**

***Abstract.** Due to many factors disclosed in this article, the market of household goods and repairs is experiencing high growth rates. The company "X" is a major player in the market under consideration, representing one of the leading retailers with a large customer base. The study of the internal environment of the company "X" allowed us to characterize its place in the market and the range offered. The external analysis made it possible to identify direct and indirect competitors, and to assess their market condition.*

***Keywords:** the market of household goods and repairs, the market of DIY goods, analysis of the internal environment, analysis of the external environment.*

АНАЛИЗ ТЕКУЩИХ ТОВАРНЫХ ГРУПП КОМПАНИИ «Х» И ОЦЕНКА ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ИНИЦИАТИВ ПО ИЗМЕНЕНИЮ АССОРТИМЕНТА

И.А. Белорусова, студент

В.О. Ожигов, студент

**Новосибирский государственный университет
(Россия, г. Новосибирск)**

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-51-62

***Аннотация.** Нынешние реалии образовали пустые ниши на рынке товаров для дома и ремонта – после ухода ИКЕА с российского рынка компания «Х», также являясь игроком данного рынка, начала внедрять товары из многих категорий, которые ранее были представлены в ушедшем ритейлере. Проведенное анкетирование вместе с использованием открытых инструментов для анализа помогли выявить наиболее востребованные товарные группы среди покупателей компании «Х», а также исследовать гипотезу о неудовлетворении запросов потребителей по поводу её текущего ассортимента. Был проведён ABC-анализ ассортимента компании «Х», на основе которого были рекомендованы определённые действия относительно товарных категорий. Исходя из результатов, полученных в исследовании, были даны пять ключевых рекомендаций по развитию товарных категорий рассматриваемой компании.*

***Ключевые слова:** ассортимент, товарные категории, востребованность товарных категорий, рекомендации по развитию ассортимента.*

Оценка спроса на категорийные группы «ИКЕА» через открытые источники и анкетирование

Компания «Х» – транснациональная компания, занимающаяся розничной торговлей товарами для дома и ремонта. Основными направлениями деятельности компании являются розничные продажи строительных, ремонтных и отделочных материалов, инструментов и оборудования. Компания «Х» является одним из ведущих розничных продавцов товаров для дома в России.

Исходя из описания категорий товаров компании «Х» и «ИКЕА», с помощью интернет-магазина «Х» мы увидели, что компания уже начала внедрять в ассортимент товары почти из всех категорий, которые были представлены в «ИКЕА» до её ухода с рынка. На момент апреля 2023 года среди категорий товаров верхнего уровня в «Х» представлены: инструменты, краски, сад, декор, напольные покрытия, плитка, столярные изделия, окна и двери, стройматериалы, сантехника, хранение, скобяные изделия, освещение, водоснабжение, кухни, электротовары. В товарной группе «хранение» представлены следующие

подкатегории: мебель, гардеробные системы, хранение в гараже и мастерской, мебельные детали и комплектующие, полки и кронштейны, аксессуары для хранения, емкости для хранения, коробки и упаковочные материалы, сборные стеллажи, мягкая мебель, сумки и чемоданы, уход за одеждой, мебель для детской. В товарной группе «декор» представлены следующие подкатегории: обои для стен и потолка, оформление окна, карнизы для штор, текстиль для дома, ткань для декора, постельное бельё, постельные принадлежности, ковры и коврики для интерьера, декор для стен, декоративная мебель, оформление интерьера, декор для детской, декор для кухни, декор для спальни, декор для жилых и коммерческих помещений, товары для творчества, праздничный декор и подарки.

Рассмотрим, какие товарные категории наилучшим образом удовлетворяют потребности клиентов компании «Х» с помощью анкетирования целевой аудитории компании.

Цель анкетирования – выявить наиболее востребованные товарные группы среди покупателей «Х». Ключевая гипотеза за-

ключается в том, что текущий ассортимент компании «Х» не в полной мере удовлетворяет запросы потребителей после ухода ритейлера «ИКЕА».

Целевую аудиторию «Х» составляют мужчины и женщины 25-50 лет, которые рассматривают для себя покупку мебели, интерьерных и декоративных товаров и прочих товаров для дома. Период сбора данных – апрель 2023 года. В ходе анкетирования было опрошено 25 респондентов. Для опроса было выделено 2 сегмента целевой аудитории. Первый сегмент - семьи с детьми со средним доходом (35 000 – 45 000 рублей) по Новосибирску, ценят широкий выбор и конкурентные цены. Ключевой критерий в выборе товаров – соотношение цены и качества. Совершают покупки поэтапно, прицениваются и исследуют более дорогостоящие товары. Вторая категория – молодежь до 35 лет, имеющая стабильный высокий доход (от 70 000 рублей). Для такого сегмента важно качество и добротность материалов, готовы переплачивать за персонализированный подход и лучшее качество товаров, стараются не растягивать процесс ремонта и обустройства дома.

Список вопросов для анкетирования представлен ниже:

1. Считали ли Вы себя постоянным покупателем ИКЕА (совершали покупки регулярно, участвовали в программах лояльности клиентов и т.д.)?

А. Да, был постоянным покупателем

Б. Да, изредка совершал покупки в этом магазине

В. Нет, никогда не приобретал товары в этом магазине

2. Сожалеете ли Вы об уходе компании ИКЕА с российского рынка?

А. Да

Б. Нет

3. Если Вы ответили на предыдущий вопрос «Да», то отметьте основные причины дискомфорта в связи с остановкой деятельности компании

А. Нет схожих товаров

Б. Аналогичные товары плохого качества

В. Нравилась атмосфера магазина

Г. Цена на аналогичные товары выше в других магазинах

Д. Другое _____

4. Назовите наиболее часто приобретаемые товары в ИКЕА по категориям?

А. Мебель

Б. Текстиль для дома

В. Декор

Г. Товары для детей

Д. Кухонные товары

Е. Бытовая техника

Ж. Ванная комната

З. Организация пространства

И. Другое _____

5. Считаете ли Вы, что на рынке легко найти замену товарам, которые произвела ИКЕА?

А. Да

Б. Нет

6. Назовите основные магазины, где Вы можете приобрести мебель после ухода компании ИКЕА?

А. Hoff

Б. X

В. Шатура

Г. Маркетплейсы

Д. Много Мебели

Е. Другое _____

7. Назовите основные магазины, где Вы можете приобрести посуду?

А. Посуда Центр

Б. Маркетплейсы

В. Галамарт

Г. X

Д. FixPrice

Е. Kichenland

Ж. Посуда.ру

З. Другое _____

8. Назовите основные магазины, где Вы можете приобрести товары для интерьера и декор после ухода ИКЕА?

А. Hoff

Б. Маркетплейсы

В. X

Г. Галамарт

Д. Kichenland

Е. Cozy Home

Ж. FixPrice

З. Другое _____

9. Удовлетворены ли Вы текущим ассортиментом компании «Х» в категориях:

кровати и матрасы, хранение, товары для детей, домашний текстиль, предметы интерьера, освещение, посуда и аксессуары, кухня и бытовая техника, товары для ванной комнаты, товары и растения для сада?

- А. Да*
- Б. Нет*

10. Если Вы не удовлетворены текущим ассортиментом компании «Х», то выберите причины, по которым вас не устраивает ассортимент:

- А. Маленький ассортимент товаров в данных категориях*
- Б. Цены выше, чем в других магазинах*
- В. Товары в данных категориях низкого качества*
- Г. Не устраивает внешний вид товаров*
- Д. Товары не функциональны*
- Е. Другое _____*

11. Если Вы не удовлетворены текущим ассортиментом компании «Х», то выберите причины, по которым вас не устраивает ассортимент:

- А. кровати и матрасы*
- Б. хранение*
- В. домашний текстиль*
- Г. предметы интерьера*
- Д. освещение*
- Е. посуда и аксессуары*
- Ж. кухня и бытовая техника*
- З. товары для ванной комнаты*
- И. товары и растения для сада*
- К. товары для детей*

12. Оцените вероятность того, что Вы обратитесь в магазины или маркетплейс компании «Х», если ассортимент категорий, которые вас не устраивают, расширится?

- А. Определенно обращусь*
- Б. Вероятно, что обращусь, но посмотрю и другие магазины*
- В. Скорее всего не обращусь*
- Г. Определенно не обращусь*
- Д. Затрудняюсь ответить*

13. Товары каких категорий Вы чаще всего покупаете онлайн?

- А. кровати и матрасы*
- Б. хранение*
- В. домашний текстиль*
- Г. предметы интерьера*
- Д. освещение*
- Е. посуда и аксессуары*
- Ж. кухня и бытовая техника*
- З. товары для ванной комнаты*
- И. товары и растения для сада*
- К. товары для детей*

Ключевые выводы анкетирования таковы:

1. Большинство опрошенных потребителей (73%) хотя бы изредка совершали покупки в «ИКЕА», причем 27% признались, что являлись ее постоянными покупателями;

2. О закрытии магазинов шведской сети сожалеют 60% покупателей, а 37% отметили, что испытывают дискомфорт в связи с дефицитом схожих товаров после ухода компании, отсутствием интересных предложений на рынке, низким качеством товаров;

3. В связи со сложностью оценки оборота от определенных товарных групп «ИКЕА» мы подошли через альтернативный вариант оценки спроса – наиболее часто респонденты покупали товары в следующих категориях: кухонная утварь (70% всех респондентов), домашний текстиль (65%), мебель (45%), системы хранения (40%) и товары для детей (32%);

4. 79% россиян считают, что на рынке присутствуют и другие игроки, которые могут заменить товары ушедшей «ИКЕА»;

5. Почти треть опрошенных назвали бренд «Hoff» в качестве аналога производителя мебели, на втором месте был бренд «Много Мебели» (19%), а на третьем – «Х» (15%). Также 65% респондентов ответили, что обратятся к крупным маркетплейсам для покупки товаров – «Ozon», «Wildberries», «Яндекс.Маркет» и «Сбермегамаркет». Результаты наглядно отражены на рисунке 1.

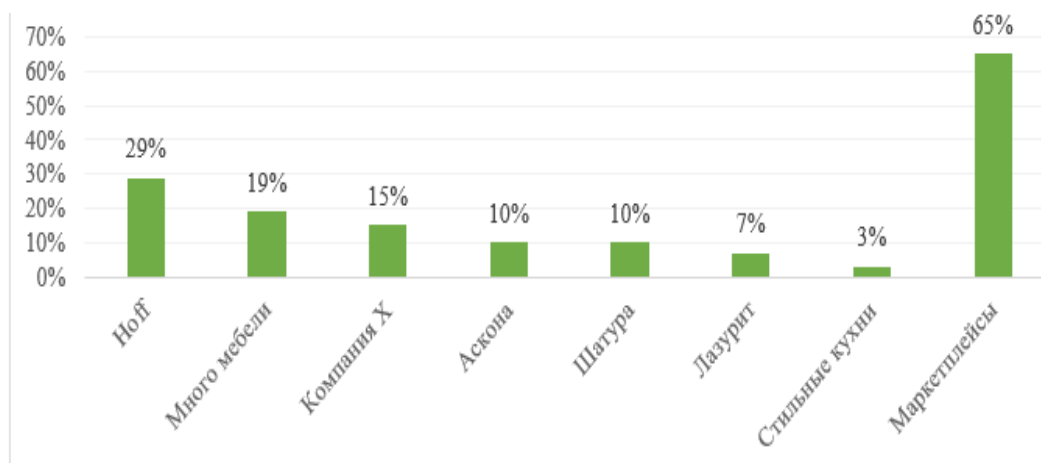


Рис. 1. Доли респондентов, выбравших компании для покупки мебели

6. 80% респондентов рассматривают маркетплейсы в качестве платформ для приобретения посуды, 30% отметили «Посуда Центр», 27% – «Kuchenland», 20% пойдут в «X», по 15% – «FixPrice» и «Галамарт».

7. Также 5% респондентов отметили, что не знают, где могут приобрести интерьерные и декоративные товары. Около 70% респондентов отметили маркетплейсы. Еще 15% респондентов ответили, что за предметами декора пойдут в «Hoff», 5% - в «X», еще по 5% респондентов отметили «Kuchenland», «FixPrice». Также некоторые респонденты сослались на другие сети разных ценовых сегментов – «Cozy Home», «FixPrice».

8. 35% респондентов опроса не удовлетворены текущим ассортиментом товаров для дома компании «X». Основные причины недовольства выражаются в недостаточном разнообразии товаров (небольшой ассортимент), низкое качество товаров, менее функциональные товары, чем у конкурентов, внешний вид товаров, характеристики некоторых товаров (материалы, цвет и т.д.).

9. Респонденты наименее всего удовлетворены товарами из следующих категорий в ассортименте компании «X»: предметы интерьера, посуда и аксессуары, товары для детей, товары для ванной комнаты, товары и растения для сада, что иллюстрирует рисунок 2.

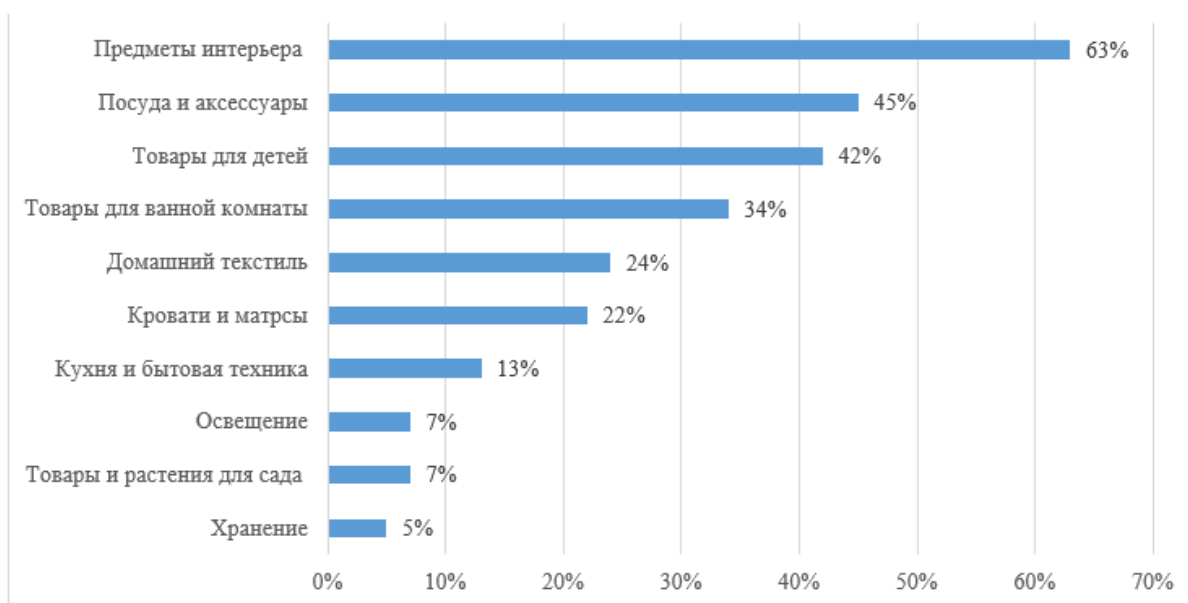


Рис. 2. Доли респондентов, неудовлетворенные ассортиментом в категориях товаров компании «X»

10. Около 45% респондентов посчитали, что они определенно посетят точку продаж и интернет-магазин компании «Х» в случае, если ассортимент расширится. Около 34% ответили, что скорее всего посетят, но не исключают возможность поиска необходимых товаров через другие компании. Около 12% ответили, что с меньшей вероятностью будут искать товары через «Х» даже при расширении ассортимента. 9% респондентов наотрез отказались посещать «Х» даже при расширении ассортимента.

11. Развитие e-commerce – один из важнейших шагов для «Х», что подтвердили ответы аудитории. Респонденты с большей вероятностью покупают онлайн следующие товары: домашний текстиль (68% респондентов), предметы интерьера (82% респондентов), посуда и аксессуары (54%), товары для ванной комнаты (47%).

Исходя из выводов анкетирования, описанных выше, гипотеза об удовлетворенности клиентов частью ассортимента подтвердилась. Компании стоит сфокусироваться на проблемных зонах ассортимента – предметы интерьера и декора, посуда, аксессуары для ванной комнаты, элементы мебели.

Помимо проведения самостоятельного анкетирования, проведем анализ с помо-

щью открытых инструментов, позволяющих оценить востребованность через e-commerce.

Для понимания того, какие группы товаров являются наиболее популярными и появляются в «топ-запросах», прибегнем к системе аналитики товаров «Ozon» для потенциальных продавцов. Оценим наиболее востребованные товары на маркетплейсе «Ozon» с помощью внутренних сервисов аналитики. Для анализа возьмем две категорийные группы товаров – «Дом и Сад» и «Мебель». Мы используем сервис аналитики от «Ozon», а не других компаний, так как внутри «Ozon» представлена более продвинутая аналитика по категориям.

Исходя из рисунка 3 можно отследить наиболее популярные запросы со стороны покупателей и выявить тренды за март-апрель 2023 года. Заметно, что наиболее высокий уровень конверсии из просмотра карточки товара (PDP) в корзину наблюдается у кухонной утвари (35,1% – сковорода, 31,1% – кастрюля), у текстиля для спальни (около 22%). Текстильные товары и кухонная утварь являются наиболее популярными запросами при поиске товаров в категории «Дом и Сад», а число добавлений в корзину и конверсия подтверждают высокий спрос на эти товарные группы.

	Добавления в корзину	Конверсия в корзину	Средняя стоимость товара
Сковорода	18457	35,1%	1250P
Постельное белье 2 спальное	10083	21,6%	1614P
Мойка высокого давления	4422	14,1%	8574P
Шторы для комнаты	4668	17%	1744P
Кастрюля	8532	31,1%	1583P
Мангал	3994	14,9%	4079P
Бассейн каркасный	5079	19,3%	16508P
Шланг для полива	5326	20,5%	1450P
Люстра потолочная	4827	20,7%	3275P
Постельное белье 1 5 спальное	4771	22%	1326P

Рис. 3. Данные сервиса «Ozon Seller» по самым популярным запросам на маркетплейсе в категории «Дом и сад»

Что касается категории «Мебель», то чаще всего в корзину покупателя на

«Ozon» попадают следующие товары: комод, стулья для кухни, стол кухонный,

стеллаж, стол письменный, что можно увидеть на рисунке 4. Стоит выдвинуть гипотезу, что покупатели интересуются не крупногабаритными, а простыми товарами, которые они могут собрать самостоятельно у себя дома без участия третьих

лиц. Весомая часть ассортимента «ИКЕА» была представлена именно такими «простыми» товарами. Отсюда следует, что покупатели стараются найти аналоги на «Ozon», а крупногабаритную мебель просматривают реже.

	Добавления в корзину	Конверсия в корзину	Средняя стоимость товара
Стулья для кухни	4527	15,6%	5738Р
Комод	5412	19,8%	5079Р
Стол кухонный	3868	16,4%	5744Р
Стеллаж	3496	16,9%	2839Р
Стол письменный	3186	19,1%	3967Р
Полка настенная	2979	18,8%	1067Р
Тумба под телевизор	2699	17,3%	6490Р
Кровать 160x200	2544	16,7%	11702Р
Обувница	2792	20,3%	2335Р
Стул	1786	13,1%	4408Р

Рис. 4. Данные сервиса «Ozon Seller» по самым популярным запросам на маркетплейсе в категории «Мебель»

Категории «Мебель» и «Дом и Сад» включают в себя все описанные подкатегории компании «Х». Этот анализ дает нам четкое понимание о наиболее популярных товарных категориях на маркетплейсе, что означает высокий спрос на текущие товары через электронную коммерцию.

В связи с конфиденциальностью данных внутренних сервисов компании «Х» у нас нет возможности оценить поисковые

запросы покупателей через официальный интернет-магазин компании «Х» в цифрах, поэтому в статье используется система ранжирования запросов по топ-местам, представленным в таблицах 1 и 2. Рассмотрим топ-100 позиций по поисковым запросам и выделим те, которые относятся к актуальным категориям, рассматриваемым в настоящей статье.

Таблица 1. Ранжирование поисковых запросов на сайте компании «Х» по топ-местам (первые 58 мест)

Топ запросов на сайте за 2021 год (авг-ноя)	Топ запросов на сайте за 2022 год (июл-авг)	
обои	обои	
ковер	линолеум	
линолеум	панели пвх	
стеллаж	рулонные шторы	
плитка	шторы	▲ 3
ламинат	горшки и кашпо для цветов	▲ 13
утеплитель	стеллаж	▼ -4
шторы	ковер	▼ -6
рулонные шторы	керамогранит	
лдсп	унитаз	
светильники	плитка	
унитаз	ламинат	
раковины на кухню	зеркало	▲ 1
зеркало	фанера	
двери	плинтус напольный	
ванна	профнастил	
вентиляция	ванна	
горшки и кашпо для цветов	пена монтажная	
двери входные	двери входные	
керамогранит	окна пвх	
кухни	доска	
панели пвх	саморезы	
столешница для кухни	краски для стен и потолков	
стремянка	профиль для гипсокартона и аксессуары для монтажа	
кухонные смесители	душевая кабина	
плинтус	шуруповерт	
шуруповерт	шкаф	▲ 338
раковина для ванной	краска	
фотообои	радиаторы отопления	
труба канализационная	столешница	
шторы для спальни	смеситель для кухни	
мебельные ножки и опоры	вагонка	
панели пластиковые	труба канализационная	
гипсокартон профиль и аксессуары для монтажа	карниз для штор	▲ 1
карниз	лдсп	
металлический профиль	раковины на кухню	
сайдинг	углы пвх	
пленка самоклеящаяся	сайдинг	
уголок крепежный	антисептики и пропитки по дереву	
мебельные ручки	водосточные системы	
двери межкомнатные	пленка самоклеящаяся	
батареи отопления	фотообои	
ковровое покрытие	ковролин	
уголок пвх	саморезы по дереву	
плинтус пвх	жалюзи	▲ 49
мебель для ванной	триммеры бензиновые	
пластиковые контейнеры и ящики для хранения	тумбы с раковиной	

Таблица 2. Ранжирование поисковых запросов на сайте компании «Х» по топ-местам (последние 42 места)

Топ запросов на сайте за 2021 год (авг-ноя)	Топ запросов на сайте за 2022 год (июл-авг)	
брус	водонагреватели накопительные	
декоративные мдф панели	утеплитель	
душевая кабина	зеркало в ванную комнату	▲ 12
ковролин	шатер	
керамическая плитка для ванной	столешница для кухни	
люстра	плинтус	
гардина потолочная	брус	
краска	напольная плитка	
шторы блэкаут	все люстры	n/a
смесители для ванны	раковина для ванной	
труба	уголок крепежный	
водосточные системы	полки настенные	
фартук на кухню	стремянки	
алюминиевые профили	мебельные ножки и опоры	
зеркало в ванную комнату	декоративные мдф панели	
вентиляторы вытяжные	краска по дереву	
сетка металлическая	пластиковые контейнеры и ящики для хранения	
столешница	утеплители все типы продуктов	
профиль для гипсокартона и аксессуары для монтажа	коврики для ванной	▲ 251
кабель	кровать	▲ 211
шторки для ванной	столы	▲ 150
дверные ручки	светильники	▼ -58
теплый пол	розетки	
саморезы по дереву	мебельные ручки	
дсп	лески и катушки для триммеров	
антисептики и пропитки по дереву	смесители для ванны	
саморезы	стол	▲ 1
стол	профлист	
брусок	стул	▲ 24
трубы пвх	ролл шторы	
зеркало с подсветкой	ондулин	
кафельная плитка	шторки для ванной	▼ -11
окна пвх	уголок стальной	
кухонный гарнитур	кабель	
жалюзи	пленка полиэтилен	
краска по дереву	экран под ванну	
сифон	поликарбонат	
краска по металлу	люстра	▼ -44
полка	мангал	
часы настенные	плиты osb-3	
стул	панель стеновая для кухни	
затирка	вентиляторы вытяжные	

Исходя из анализа поисковых запросов через интернет-магазин компании «Х», можно сделать вывод, что одной из наиболее популярных товарных групп уже второй год подряд остаются шторы (5-ое место в списке и повышение позиций). В 2022 году также укрепили свои позиции шкафы, зеркала, карнизы для штор, жалюзи, зеркала для ванной комнаты, коврики, кровати, столы, стулья. Соответственно, часто искомыми категориями среди актуального ассортимента для данной статьи являются текстиль для дома и мебель.

Помимо качественного анализа запросов компании «Х» мы проанализировали

поисковые запросы по товарным группам «Х» и через сервис «Яндекс.Wordstat», позволяющий оценить пользовательский интерес к конкретным тематикам. Результаты анализа отражены в таблице 3. Запрос по названию компании «Х» является третьим по популярности в Новосибирске и Новосибирской области, что говорит о стабильном и высоком интересе к продукции компании относительно столицы и других регионов. Affinity Index для Новосибирска составляет 145%, что означает, что в данном регионе существует повышенный интерес к этому запросу в поисковой сети.

Таблица 3. Статистика запросов по названию компании «Х» по регионам за апрель 2023 года

Регионы	Показов в месяц, штук	Affinity Index
Москва	1 057 824	134%
Санкт-Петербург	429 058	133%
Новосибирск	151 036	145%
Екатеринбург	124 146	119%
Самара	123 633	196%
Казань	106 599	169%
Красноярск	98 456	155%
Уфа	95 365	162%
Ростов-на-Дону	95 137	129%
Краснодар	94 305	126%

Также проанализируем запросы в Яндексе с учетом корректировки запросов на востребованные товарные категории. Результаты отражены на рисунке 5.

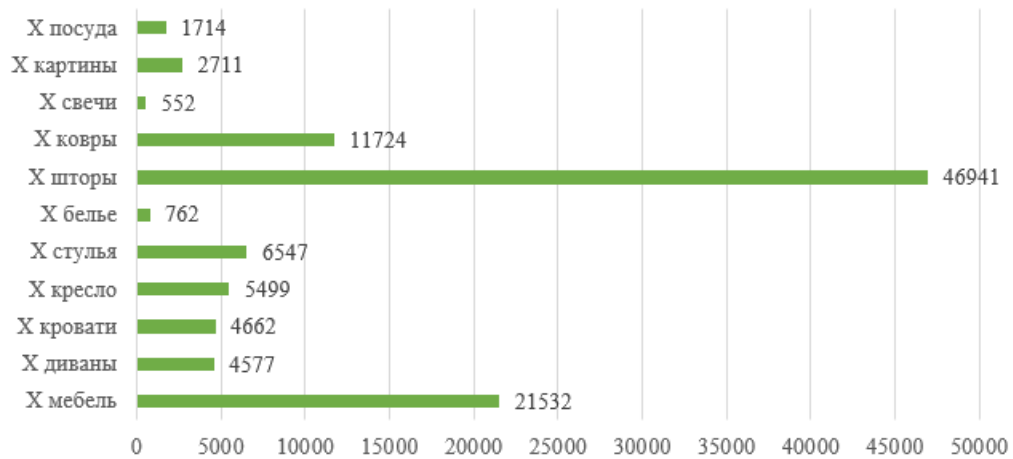


Рис. 5. Количество показов по востребованным категориям, шт.

Исходя из данных выше, стоит сделать выводы, что наиболее частые запросы со стороны потребителей приходятся на текстильные товары (шторы – 46941 запрос, ковры – 11724 запроса), что говорит о высоком спросе на эти товарные подкатегории. Также покупатели поддерживают относительно высокий спрос на мебель, чаще всего ищут всю категорию, реже и отдельно взятые подкатегории – диваны (4577 запросов), кровати (4662 запросов), кресла (5499 запросов), стулья (6547 запросов). Элементы декора интерьера занимают маленькую долю в структуре поисковых запросов – чаще всего покупатели ищут картины для интерьера, намного реже – свечи, подсвечники, вазы, ароматы для дома и так далее. Мы выдвигаем гипотезу, что товарная категория «Декор» не вызывает большого интереса у покупателей в магазине «Х», и они отдают предпо-

чтение маркетплейсам или специализированным магазинам. Что касается посуды и кухонных аксессуаров, то спрос на них в 3 раза выше, чем на элементы декора, что оставляет возможность для роста этой категории.

АВС-анализ текущего ассортимента компании «Х»

Для проведения АВС-анализа мы переработали большой объем данных о продажах товаров за период январь 2022 – март 2023 годов в «Х» города Новосибирска. Данные, представленные в формате необработанной выгрузки на Excel-листе, в ходе работы были преобразованы для удобной работы с помощью сводных таблиц и фильтраций.

Цель анализа – выявить, какие товарные категории имеют наиболее благоприятный потенциал для роста в разрезе периода январь 2022 – март 2023 гг. АВС-анализ мо-

жет помочь определить наиболее ценные продукты и услуги, на которые стоит сосредоточить свои маркетинговые усилия, а также определить наиболее доходные товары и услуги, которые следует продавать. ABC-анализ может использоваться для планирования бюджета компании, помогая установить приоритеты для расходов на различные проекты и инициативы. Основная особенность анализа в рамках статьи – разбивка по товарным категориям, которые будут оцениваться по выручке. Это

связано с конфиденциальностью данных компании. Данные предоставлены сотрудниками компании «Х».

Таблица 4 содержит результаты ABC-анализа для 26 товарных категорий. Группа А содержит 14 элементов (54% от общего числа элементов) и занимает 78,72% от общей выручки. Группа В содержит 6 элементов (23% от общего числа элементов). Группа С содержит 6 элементов (23% от общего числа элементов) и занимает 5% от общей стоимости.

Таблица 4. Результаты ABC-анализа ассортимента компании «Х»

Категория	Выручка, руб.	Доля в обороте	Совокупный процент	ABC
Обои	858 674 516,7	15,08%	15,08%	А
Ткани	524 997 206,6	9,22%	24,30%	А
Бытовая техника	429 955 599,0	7,55%	31,85%	А
Корпуса кухонные	427 231 031,1	7,50%	39,35%	А
Фасады кухонные	322 943 428,3	5,67%	45,02%	А
Столешницы	302 858 340,5	5,32%	50,34%	А
Фурнитура кухонная	254 145 711,1	4,46%	54,80%	А
Аксессуары для шкафов и емкости	240 383 353,0	4,22%	59,03%	А
Обустройство шкафов	225 797 815,7	3,97%	62,99%	А
Карнизы	203 655 800,3	3,58%	66,57%	А
Свет	191 963 651,6	3,37%	69,94%	А
Модульные кухни	169 964 626,3	2,98%	72,92%	А
Смесители	166 370 373,7	2,92%	75,84%	А
Мебель отдельная	163 935 988,2	2,88%	78,72%	А
Мойки	158 396 232,5	2,78%	81,51%	В
Панели и полки	156 238 027,7	2,74%	84,25%	В
Аксессуары кухонные	153 758 115,0	2,70%	86,95%	В
Стеллажи напольные	152 276 473,4	2,67%	89,62%	В
Рамки и постеры	127 203 782,5	2,23%	91,86%	В
Элементы декора	123 460 103,6	2,17%	94,03%	В
Декоративный клей	104 798 125,1	1,84%	95,87%	С
Двери / фасады	96 204 047,5	1,69%	97,55%	С
Полк/крепеж/скоб изд	67 637 497,0	1,19%	98,74%	С
Декор потолка&стены	47 110 918,7	0,83%	99,57%	С
Стулья и табуреты	15 098 824,2	0,27%	99,84%	С
Стол	939 3098,9	0,16%	100,00%	С
Итого	5 694 452 688,2			

Элементы в группе А и В являются наиболее значимыми и могут потребовать более тщательного управления, чем элементы в группе С. На основе анализа можно рекомендовать следующие действия относительно товарных категорий:

1. уделить особое внимание элементам в группах А и В, так как они имеют наибольшую стоимость;

2. использовать более строгий контроль для элементов в группе А, так как они наиболее значимы;

3. попытаться оптимизировать расходы на элементы в группе С, так как они имеют наименьшую стоимость и могут быть менее значимыми.

Рассматривая товарные категории, стоит выделить, что одной из наиболее выгодных категорий для реализации является текстиль. С точки зрения оборота товаров выгоднее увеличить закупки товаров в этой категории, сделать выкладку на прилавке, привлекающую внимание к этим товарам, максимально поспособствовать

увеличению продаж этой категории. Аксессуары для шкафов и емкости, товары для обустройства шкафов, карнизы и отдельно стоящая мебель тоже генерируют выручку компании, находясь в категории А, но занимают чуть меньшую долю оборота (от 2,88% до 4,22%). Ассортимент также можно поддерживать кухонными аксессуарами, напольными стеллажами, рамками и постерами, элементами декора – все эти категории генерируют прибыль меньшую, чем категории в группе А. Возможно, компании стоит пересмотреть товары в этих категориях, расширить количество отдельных позиций, провести маркетинговый анализ для того, чтобы знать, как удовлетворить спрос покупателей. Стулья, табуреты и столы относятся к группе С и генерируют наименьший объем выручки в структуре. Товары из группы С не приносят прибыли. Нужно попытаться понять, почему от них низкая отдача. Компании стоит задуматься, целесообразен ли отказ от части позиций.

Ключевые рекомендации по развитию товарных категорий компании «Х»

Успешная ассортиментная стратегия должна учитывать множество различных элементов, начиная с идентичности розничной сети и поставщиков, заканчивая вместимостью магазинов, потребительским спросом и прибыльностью. «Х» может выбрать один из нескольких вариантов долгосрочной стратегии развития ассортимента, но в работе продемонстрированы ключевые инициативы, рекомендованные ко вниманию. Рекомендации основаны на глубоком анализе спроса на рассматриваемые товары, внутреннем анализе текущих товаров компании.

Исходя из анализа, проведенного в работе, выделены следующие инициативы, позволяющие улучшить позиции компании «Х» на рынке и покрыть спрос со стороны потенциальных и лояльных покупателей.

Рекомендация 1. Ключевой рекомендацией для развития является рост ассортимента и сбыта товаров через площадку электронной коммерции. Электронная коммерция покрывает огромный рынок, который не требует значительных затрат

на площадь магазина. Упор на интернет-продажи позволит увеличить компании объем продаж, сохраняя текущие площади магазина. Площади магазинов «Х» ограничены, поэтому ввод и вывод новых товаров через интернет-магазин займет только складские помещения. Электронная коммерция позволит коллекционировать больше данных по посещениям интернет-магазина и клиентским запросам, и создавать персонализированные маркетинговые активности.

Рекомендация 2. Следующая инициатива – расширение ассортимента в категории текстильных товаров. Эта группа товаров является одним из главных приоритетов среди остальных. Анализ доли товарооборота на эту группу, количество показов через сервис Wordstat и рост запросов на текстиль внутри интернет-магазина «Х» подтверждают эту гипотезу.

Рекомендация 3. Помимо категории «Текстиль», категорийным менеджерам компании стоит пересмотреть подход к ассортименту в категориях посуды и элементов декора с целью их расширения, так как финансовые показатели этих групп еще не показывают максимальную отдачу по ABC-анализу. Увеличение количества отдельных позиций в этих категориях позволит удержать клиентов и перенаправить часть трафика конкурентов в компанию «Х», что увеличит продажи компании в этих категориях.

Рекомендация 4. Расширение и совершенствование текущего ассортимента категории «Мебель». ABC-анализ показал, что стулья и столы из категории «Мебель» на текущий момент генерируют прибыль ниже остальных категорий. Но тем не менее, в поисковых запросах эти позиции поднялись по сравнению с 2021 годом. Компании будет сложно занять эту долю рынка в связи с крупными конкурентами в виде маркетплейсов и специализирующихся на этом компаний, но растущий интерес аудитории подтверждает повышение спроса на эти товары.

Рекомендация 5. Еще одна возможная инициатива для компании «Х» - расширение ассортимента в категориях путем сотрудничества с новыми поставщиками, ло-

кальными фабриками и местными мастерами. Привлечение малого бизнеса позволит удовлетворить запросы обеих сторон. Таким образом, «X» предоставит компаниям не только рынок сбыта и многомиллионную аудиторию, но и расширит ассортимент.

На текущий момент компания может очень гибко подходить к планированию ассортимента на долгосрочный период, постепенно пробуя и тестируя разные категории, совершенствуя текущий ассортимент. В работе сложно охватить весь текущий ассортимент компании «X», так как

он включает в себя сотни тысяч наименований, которые контролируют категориальные менеджеры и менеджеры по закупкам. Прежде всего, стоит определиться с целью расширения ассортимента товарами ушедшего конкурента на уровне топ-менеджмента. Достижение и перевыполнение целевых показателей продаж может быть конечной целью, но это далеко не единственная цель при планировании ассортимента розничной торговли. Верхний уровень менеджмента принимает за норму долгосрочную цель и разрабатывает план ее достижения.

ANALYSIS OF THE CURRENT PRODUCT GROUPS OF THE COMPANY "X" AND ASSESSMENT OF THE FEASIBILITY OF INITIATIVES TO CHANGE THE ASSORTMENT

I.A. Belorusova, Student

V.O. Ozhigov, Student

Novosibirsk State University

(Russia, Novosibirsk)

***Abstract.** The current realities have created empty niches in the market of household goods and repairs – after IKEA left the Russian market, the company "X" began to introduce products from many categories that were previously presented in the departed retailer. The survey conducted and the use of open tools for analysis helped to identify the most popular product groups among the buyers of the company "X", as well as to investigate the hypothesis of dissatisfaction with consumer requests about its current assortment. An ABC analysis of the assortment of the company "X" was carried out, on the basis of which certain actions of relative product categories were recommended. Based on the results obtained in the study, five key recommendations were given for the development of the company's product categories.*

***Keywords:** assortment, product categories, demand for product categories, recommendations for the development of the assortment.*

ВНЕДРЕНИЕ ЕДИНОГО НАЛОГОВОГО СЧЕТА В РФ

И.А. Белорусова, студент

В.О. Ожигов, студент

Новосибирский государственный университет

(Россия, г. Новосибирск)

DOI: 10.24412/2411-0450-2023-5-1-63-67

Аннотация. В статье рассматриваются преимущества и недостатки централизованной системы уплаты налогов в России, внедренной в 2021 году. Авторы анализируют новую систему с точки зрения государства и предприятий, указывая на риски и возможности, приходя к выводу, что новая система может улучшить поступления в бюджет и снизить издержки, но существует риск концентрации всего администрирования у отдельного органа и снижения диверсификации риска. Авторы рекомендуют увеличить сроки тестирования системы и создать более прозрачную систему распределения средств внутри бюджета.

Ключевые слова: налоги, ЕНС, законодательство, бюджет, цифровизация.

На данный момент цифровое поле начинает охватывать всё в мире: цифровые двойники, социальные сети, перенос бизнеса в онлайн, медицинские встречи через видеоконференции – всё выходит в цифровую форму. Причины этому: глобализация и исчезновение преград для связи, увеличение технических мощностей, поиск уникальных и новых возможностей развития, сокращение издержек (как производственных, так и транзакционных). Причем это связано не только с отдельными индивидами, но и юридическими субъектами, а если перейти на уровень выше – то станет очевидна глубокая заинтересованность государства в процессе цифровизации.

Министерство финансов России описывает в приложении к проекту Федерального закона «О федеральном бюджете» стремление к повышению эффективности функций налоговой системы и повышению качества её администрирования. Одним из методов повышения эффективности Министерство видит в снижении административной нагрузки с налогоплательщиков и её переноса на государственные органы. Инструментом увеличения продуктивности и эффективности системы выступает внедрённый Единый налоговый счёт и созданная вокруг него законодательная база (понятийный аппарат, включенный в первую часть Налогового кодекса) с новым, уникальным для нашей страны и ми-

ра инструментарием. Как отмечают эксперты, аналоги подобных цифровых систем существует примерно в 22 странах мира, но конкретно подобный подход к администрированию налоговых потоков – это уникальный прецедент.

Стоит отметить, что внедрённая система тестировалась в течение второго полугодия 2022 года для бизнеса, а физическим лицам была доступна с 2019 года.

Единый налоговый счет (далее – ЕНС) – это счёт налогоплательщика, который открыт на уровне Федерального казначейства, для перечисления на него средств, которые в дальнейшем списываются на сумму совокупных обязательств. Данная система значительно отличается от существующей ранее тем, что теперь все обязательства консолидируются. На первый взгляд, у данной системы одни преимущества, но в процессе изучения нововведения становятся заметными ряд недостатков, которые повышают риски для государства в общем и для бизнеса, в частности. Для того, чтобы понять причины их возникновения, необходимо подробнее погрузиться в новый механизм.

Законодательные изменения

Для внедрения столь сложного механизма потребовался ряд законодательных изменений, которые обеспечили в достаточной мере высокую определенность с юридической точки зрения.

Среди новых законодательных документов стоит выделить:

- новый Федеральный закон от 29.11.21 №379 (ФЗ о дополнении Налогового кодекса статьей 45.2);

- дополнена статья 11 НК РФ (с целью создания требуемого понятийного аппарата);

- введена новая статья 11.3;

- внесены изменения во Вторую часть НК (произошла корректировка сроков уплаты налогов и предоставления налоговой отчетности);

- внесены поправки в статьи 45, 46, 47, 48 59, 60 и многие другие, для внесения изменений в права и обязанности налогоплательщиков.

Как перестроена система уплаты налогов

Ключевые изменения в системе связаны с налоговыми потоками. Ранее происходила дифференциация налогов по их наименованию, коду бюджетной классификации и другим параметрам. Оплата каждого налога требовала, чтобы налогоплательщик самостоятельно, правильно и скрупулёзно помещали свои средства в нужную «ячейку» бюджета. Причем, в случае возникновения незначительно маленькой недоимки по одному налогу, налогоплательщик лишался возможности получить положительную справку об отсутствии задолженности, что приводило к другим негативным ограничениям: невозможность

заключить определённые виды договоров или получить лицензию.

Сейчас же множество лицевых счетов по разным видам налогов преобразованы в один совокупный (сводный) счёт, на котором может образовываться положительное, нулевое или отрицательное сальдо (разница между совокупными обязательствами по всем ключевым налогам и средствами, которые внесены на счёт). Таким образом, если ранее необходимо было по отдельности оплачивать налоги, сборы, взносы, штрафы и пеню, то сейчас в большинстве случаев все операции будут проводиться через ЕНС одним налоговым платежом. Исключением является лишь некоторые виды налогов: на профессиональную деятельность, сборы за пользования объектами животного мира и ещё несколько других. Также исключение составляет страховой взнос на травматизм. Причина выделения данного взноса в том, что он регулируется не налоговым кодексом.

Важным моментом новой системы также выступает введение уведомлений об исчисленных суммах, которое теперь необходимо подавать в случае, если уплата налогов произошла до расчета по ним.

Новый механизм ЕНС упрощенно показан на рисунке 1, на нём отображены денежные потоки и схематичное представление того, как на данный момент распределяются средства, которые поступают на ЕНС, а также как формируется сальдо.



Рис. 1. Схематичное представление нового механизма уплаты налогов

Фактически, налогоплательщику необходимо определить сумму, которую ему требуется оплатить, внести её до срока уплаты (это дата становится единой в связи с тем, что платеж по всем кредитам также консолидируется и становится единым налоговым платежом), затем перечислить её при помощи платежного поручения. Процесс того, как происходит уплата внутри ЕНС описан на рис.1.

Преимущества ЕНС

Ряд преимуществ очевиден. Но каждое преимущество имеет негативные моменты. Рассмотрим первое и самое важное преимущество: с появлением ЕНС невозможна ситуация, когда у налогоплательщика есть недоимка по одному налогу и переплата по-другому. ЕНС позволяет, во-первых, удобнее отслеживать все неуплаты, во-вторых, избегать ситуации, при которой налогоплательщик пытается вернуть переплату, чтобы погасить недоимку и при этом возможную начисленную пеню, возникшую из-за продолжительности процесса перемещения средств.

Следующее преимущество возникает благодаря отсутствию необходимости вводить КБК (коды бюджетной классификации) и ОКТМО (показатели территорий по Общероссийскому классификатору терри-

торий муниципальных образований). А это означает, что вероятность ошибки при их введении (это достаточно длинные коды) исчезает. Ранее по статистическим оценкам, ежегодно возникало около 30 миллионов рублей невыясненных платежей. В результате процесс уплаты налогов усложнялся: нужно было производить зачеты, искать их, платить пени за просрочку и другим проблемам. Помимо этого, возникали случаи привлечения к уголовной ответственности за предоставление документов и налоговых деклараций с ошибками.

Ещё одним плюсом «единства» платежа является сужение количества крайних сроков. Ранее для крупного бизнеса существовало около 100 различных сроков уплаты разных видов налогов, сейчас введена одна дата – 28 число месяца. Аналогична ситуация для предоставления деклараций, теперь дата – 25 число каждого месяца.

Другим интересным преимуществом становится возможность использовать уплаченные суммы в счет исполнения обязательств другого лица. А также появляется возможность удобнее засчитывать средства в счет предстоящего налога.

С точки зрения использования кабинета налогоплательщика повысилась простота просмотра, анализа и учета налоговых по-

ступлений и транзакций, которые теперь удастся с легкостью увидеть в рамках одного портала.

Таким образом, можно выделить снижение нагрузки на администрирование налогов бизнесом и переноса данной нагрузки на налоговые органы, что в теории за счёт «экономии на масштабе» может привести к их более быстрому, эффективному и верному распределению по необходимым статьям бюджета. Также стоит отметить увеличение стабильности потока в консолидированный бюджет, который может быть обеспечен за счет более профессионального администрирования. Но у любой централизованной системы могут возникнуть сбои, которые единоразово создадут более существенный эффект, чем ошибки отдельных предприятий.

Недостатки ЕНС

Во-первых, снижается диверсификация риска как для предприятий, так и для государства. Безусловно, снижение издержек и документооборота является преимуществом, но в данном случае это происходит за счёт концентрации всего администрирования у отдельного органа. В случаях, когда столь масштабные движения средств происходят скрыто внутри государственного аппарата, увеличивается нагрузка на цифровую платформу и взаимодействие с другим программным обеспечением. Например, если ранее каждое предприятие отвечало за правильную «доставку» средств и несло потери в случае допущения ошибки только это предприятие, то сейчас малейшая ошибка в коде общего центрального механизма может привести к существенным потерям, которые потребуются восполнять. В это время налогоплательщики могут получить некорректные данные о своих обязательствах, отрицательное сальдо или обнаружить любые другие ошибки.

Продолжая тематику цифровой реализации механизма, важно отметить, что перегрузка системы, которая в дальнейшем будет происходить в единые числа уплаты налогов и отправки деклараций также повышает риск сбоя и утраты значимой для расчетов информации.

С точки зрения предприятий огромное количество различных сроков уплаты налогов было своего рода возможностью для использования средств в обороте, а сейчас возникает ситуация, когда огромную часть средств необходимо единоразово изымать из общей системы, где обычно деньги «работали». Интересно также отметить, что крупным предприятиям по-прежнему необходимо будет рассчитывать налоги и страховые взносы самостоятельно с целью определения суммы платежа.

В ходе тестирования ряд крупных компаний заявил о том, что большая часть цифровых систем, которая ранее использовалась ими, ушла из России, в связи с чем крупным предприятиям требуется время не только на переход на новую систему, но и создание более совершенного российского аналога требуемого ПО (программного обеспечения).

Ещё одним риском может выступать «автосписание» без разрешения налогоплательщика со счетов в случаях, когда налогоплательщик не согласен с суммой налогового платежа и хотел бы его оспорить. Отчасти неограниченные возможности для списания средств налоговой службы могут привести к снижению защищенности плательщика и уменьшению его доверия к налоговой службе.

Общим потенциальным недостатком может выступить невозможность влияния на распределение платежа, причем как со стороны налогоплательщика, так и налоговых органов.

На основе проанализированных преимуществ и недостатков, однозначно сложно дать ответ о том, насколько эффективна новая система. Государственным органам стоило существенно увеличить сроки тестирования данного инструмента, чтобы исключить высокую нагрузку и быть более подготовленными. Вместе с тем это позволило бы бизнесу перестроиться плавно и тем самым найти изъяны в системе. Также, стоит предоставить более прозрачную систему распределения средств внутри бюджета с целью повышения прозрачности и доверия к налоговым службам. Например, создать систему с отслеживанием налоговых потоков внутри

аппарата распределения поступившего единого платежа. На данный момент необходимо продолжить прорабатывать все возможные негативные сценарии с целью их предотвращения.

Сейчас использование преимуществ цифровизации и ее возможностей позволит улучшить поступления налогов в бюджет, снизить издержки на сложный документооборот и упростить механизм оплаты

налогов, но усиление централизации системы, всегда создает риск по простой причине отсутствия диверсификации. По мнению авторов, данная система будет изменена в будущем в связи с развитием общей концепции рынка и налоговых поступлений, но в каком окончательном виде она будет существовать прогнозировать сложно.

Библиографический список

1. Вершинина Н.А. Новый способ уплаты налогов. Единый налоговый счет налогоплательщика / Н.А. Вершинина // Научный альманах. – 2022. – № 11-2(97). – С. 84-86.
2. Зверева Т.В. Вопросы изменения процедуры уплаты налогов, связанные с введением единого налогового счета / Т. В. Зверева // Инновационное развитие экономики. – 2022. – № 6(72). – С. 166-173.
3. Петренко Е.В. Единый налоговый счет: цифровизация финансово-правовой деятельности государства / Е.В. Петренко // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2022. – № 6-2(69). – С. 155-158.
4. Щербакова Н.В. Концепция единого налогового счета в рамках цифровой трансформации налогообложения / Н.В. Щербакова // Оригинальные исследования. – 2022. – Т. 12, № 12. – С. 91-95.
5. Ягодина Н.В. Единый налоговый платеж и единый налоговый счет: актуально в 2023 г. / Н.В. Ягодина // Актуальные вопросы современной экономики. – 2022. – № 12. – С. 51-57.

INTRODUCTION OF A SINGLE TAX ACCOUNT IN THE RUSSIAN FEDERATION

I.A. Belorusova, Student

V.O. Ozhigov, Student

**Novosibirsk State University
(Russia, Novosibirsk)**

***Abstract.** The article discusses the advantages and disadvantages of the centralized tax payment system in Russia, introduced in 2021. The authors analyze the new system from the point of view of the state and enterprises, pointing out the risks and opportunities, coming to the conclusion that the new system can improve budget revenues and reduce costs, but there is a risk of concentrating all administration at a separate body and reducing risk diversification. The authors recommend increasing the testing time of the system and creating a more transparent system for allocating funds within the budget.*

***Keywords:** taxes, STA, legislation, budget, digitalization.*

ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РАСХОДНОЙ ЧАСТИ БЮДЖЕТА ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

А.А. Бисултанова, канд. экон. наук, доцент

Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова
(Россия, г. Грозный)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-68-70

Аннотация. Автором рассмотрена расходная часть бюджета Чеченской Республики, приведены основные характеристики и факторы, оказывающие на него как положительное, так и отрицательное влияние. Автором подчеркнуто то, что бюджет республики является социально-ориентированным, наибольшую часть в расходах бюджета занимают расходы на образование, здравоохранение и социальная политика.

Ключевые слова: бюджет Чеченской Республики, расходы бюджета, бюджет, дефицит бюджета.

Бюджет страны безусловно составляет одно из ключевых понятий финансовой системы государства. Именно посредством бюджета страны государство воздействует на те или иные сферы экономики, на уровень жизни населения, воздействуя на социальное обеспечение жизни граждан.

Исполнение республиканского бюджета по расходам за 2022 год составило

151 102 722,65 тыс. рублей или 98,2 % от бюджетных назначений на текущий финансовый год.

Исполнение республиканского бюджета по расходам за отчетный период в разрезе функциональной структуры расходов характеризуется данными, представленными в таблице.

Таблица. Исполнение республиканского бюджета по расходам на 1 января 2023 года, тыс. руб.

Наименование показателя	Утвержденные бюджетные назначения	Исполнено	% исполнения	Удельный вес в общем объеме расходов
Расходы – всего	151 102 722,65	148 366 153,55	98,2	100
в том числе: расходы на оплату труда и взносы по обязательному социальному страхованию на выплаты по оплате труда работников и иные выплаты работникам учреждений (в том числе бюджетных и автономных)	15 262 350,77	15 248 266,52	99,9	10,3
Социальное обеспечение и иные выплаты населению	44 947 817,94	44 559 875,87	99,1	30,0
Общегосударственные вопросы	5 941 596,24	5 545 549,63	93,3	3,7
Национальная оборона	43 551,30	43 551,30	100,0	0,0
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	277 466,39	266 655,74	96,1	0,2
Национальная экономика	15 337 673,60	15 189 408,41	99,0	10,2
Жилищно-коммунальное хозяйство	10 055 119,15	10 052 601,20	100,0	7,0
Охрана окружающей среды	1 576 779,23	1 570 306,66	99,6	1,1
Образование	48 235 549,57	47 650 744,73	98,8	32,1
Культура и кинематография	1 980 615,81	1 910 419,27	96,5	1,3
Здравоохранение	6 506 546,68	6 045 015,93	92,9	4,1
Социальная политика	50 880 519,44	50 226 254,82	98,7	33,9
Физическая культура и спорт	4 718 348,37	4 617 819,69	97,9	3,1
Средства массовой информации	630 029,56	624 771,27	99,2	0,4
Обслуживание государственного и муниципального долга	42 933,02	42 933,02	100,0	0,0

Основной удельный вес в структуре расходов республиканского бюджета за отчетный период приходится на расходы по следующим разделам функциональной классификации расходов:

- Образование – 32,1% от общего объема расходов;
- Социальная политика – 33,9% от общего объема расходов;
- Национальная экономика – 10,2% от общего объема расходов;
- Жилищно-коммунальное хозяйство – 7,0% от общего объема расходов;
- Здравоохранение – 4,1 % от общего объема расходов.

Общий объем долговых обязательств Чеченской Республики на 1 января 2023 г. 6 353 658,0 тыс. рублей. Вся сумма получена по бюджетным кредитам, привлеченным в бюджет Чеченской Республики из федерального бюджета.

Доля объема государственного долга Чеченской Республики в годовом объеме доходов бюджета Чеченской Республики без учета безвозмездных поступлений по состоянию на 1 января 2023 года составляла 9,8 процента.

Согласно представленным материалам, бюджет Чеченской Республики характеризуется не первый десяток лет высокой дотационностью. Отнесение бюджета к высокодотационному является безусловно следствием проводимой федеральной и региональной бюджетной политики. То, что из года в год ситуация не меняется также свидетельствует о необходимости пересмотра тех драйверов экономического роста, на которые на данном этапе развития экономики. Следует в очередной раз отметить необходимость принятия совместных с региональными уровнями власти решений в части реализации бюджетной политики. Благо республика обладает достаточным уровнем природно-ресурсного потенциала, следовательно, имеет все шансы перейти из отсталого региона в регион-донор. Также немаловажным показателем социально-

экономического роста является уровень демографии. В данном случае, также республика относится к числу передовых. Для увеличения доходов бюджета республики можно использовать несколько стратегий. Вот некоторые предложения:

1. Привлечение инвестиций: Правительство Чеченской Республики может активно привлекать инвестиции в различные сектора экономики, такие как производство, туризм, сельское хозяйство и др. Этого можно достичь путем создания более благоприятной инвестиционной среды, предоставления налоговых льгот и других стимулов для инвесторов.

2. Развитие туризма: Чеченская Республика обладает богатым культурным наследием и красивыми природными ландшафтами. Развитие туризма может привлечь в регион больше посетителей и инвестиций. Это может включать развитие туристической инфраструктуры, организацию культурных и спортивных мероприятий и продвижение Чеченской Республики как туристического направления.

3. Развитие МСП: Поддержка и развитие МСП может стимулировать экономический рост и увеличить доходы бюджета. Правительство может предоставить предпринимателям финансовую поддержку, кредиты, обучение и консультации, а также создать благоприятные условия для развития бизнеса.

4. Расширение налоговой базы: Правительство может принять меры по расширению налоговой базы, включая улучшение сбора налогов и борьбу с уклонением от уплаты налогов. Этого можно достичь путем совершенствования налоговой системы, повышения налоговой дисциплины и ужесточения налогового контроля.

5. Диверсификация экономики: Диверсификация экономики может снизить зависимость от отдельных отраслей и увеличить доходы бюджета. Диверсификация различных отраслей, таких как обрабатывающая промышленность, туризм.

Библиографический список

1. Отчет об исполнении бюджета Чеченской Республики // Официальный сайт Министерства финансов Чеченской Республики. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minfinchr.ru>.
2. Бисултанова А.А., Магомадова М.М. Бюджет чеченской республики: меры по оптимизации // Вестник Чеченского государственного университета им. А.А. Кадырова. – 2022. – № 4 (48). – С. 49-56.
3. Хамурадов М.А., Хасанов И.А. Региональный бюджет: источники формирования и эффективность исполнения // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 5-3 (87). – С. 155-158.
4. Таштамиров М.Р. Идентификация дотационности территориальных бюджетов и их типологизация // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2023. – № 4 (556). – С. 25-40.

THE MAIN CHARACTERISTICS OF THE EXPENDITURE PART OF THE BUDGET OF THE CHECHEN REPUBLIC

A.A. Bisultanova, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*
Kadyrov Chechen State University
(Russia, Grozny)

***Abstract.** The author considers the expenditure part of the budget of the Chechen Republic, presents the main characteristics and factors that have both a positive and a negative impact on it. The author emphasizes that the budget of the republic is socially oriented, the largest part of the budget expenditures is occupied by the costs of education, health care and social policy.*

***Keywords:** budget of the Chechen Republic, budget expenditures, budget, budget deficit.*

РАЗРАБОТКА РЕШЕНИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА

Е.А. Бритикова, канд. социол. наук, доцент

И.И. Полякова, студент

Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина
(Россия, г. Краснодар)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-71-75

Аннотация. Раскрыты основные направления государственной инвестиционной политики по формированию инвестиционной привлекательности региона: финансирование инвестиционных проектов, создание территорий опережающего развития, особых экономических зон, кластерной политики. Проанализировано содержание мероприятий для активизации инвестиционной политики в отраслях, приоритетных для отечественной экономики, раскрыта сущность механизмов активизации инвестиционной политики. Изучены основные направления финансирования в сфере станкостроения, комплектующих, маркировки товаров, лизинга; особенности льготных займов и финансирования инвестиционных проектов; проанализирована организация деятельности в сфере инвестиций как драйвера организации инновационных процессов; реализации государственных программ по созданию условий выхода на евразийские рынки и экономической интеграции.

Ключевые слова: государственная инвестиционная политика, инвестиционная привлекательность, инвестиционный климат, особые экономические зоны, территория опережающего развития.

Инвестирование – это финансирование основного капитала для увеличения капитализации организации, повышения доходности. В современных условиях усиления внешнеэкономических санкций и развития глобальной экономики государство активизирует государственную инвестиционную политику. Этим обусловлена актуальность исследования.

Инвестиционная политика направлена на формирование высокоэффективного институционального пространства, привлекательного для крупномасштабных проектов и инвестиций регионов и свободного для экстенсивного развития част-

ной предпринимательской инициативы. В этих целях выделяются приоритетные отрасли экономики регионов в сфере ведения инвестиционной деятельности, проанализирована структура отрасли по видам деятельности, основным участникам, описаны меры государственной поддержки отрасли и проблемы государственного регулирования, выделены крупнейшие инвестиционные проекты.

Основными направлениями развития инвестиционной деятельности регионов со стороны государства является поддержка основных стратегических направлений (рис. 1).

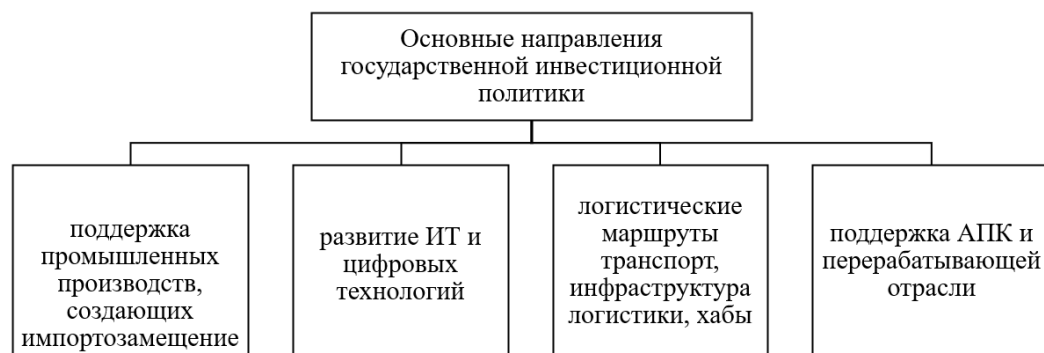


Рис. 1. Основные направления государственной инвестиционной политики

Законодательной основой государственной инвестиционной политики является Федеральный закон от 25.02.1999 № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений», национальные проекты, государственные программы, нормативные акты федерального уровня, региональные законы об развитии инвестиционной деятельности, нормативные акты регионального уровня.

Методическое обеспечение по организации условий для ведения инвестиционной деятельности содержится в Региональном инвестиционном стандарте [4]. Ежегодно оценивается политика регионов по инвестиционной в Национальном рейтинге [3]. Инвестиционная политика регионов – это создание эффективного производства в целях повышения уровня конкурентоспособности организации. (рис. 2).

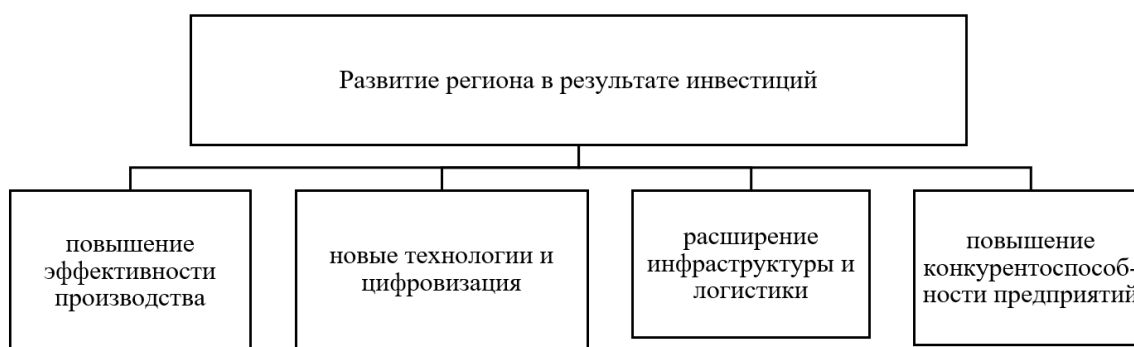


Рис. 2. Развитие региона в результате инвестиций

Каждый регион располагает определенными объективными условиями для ведения инвестиционной деятельности, которые характеризуются географическим положением, природными условиями, сырьевой базой, плотностью населения, межрегиональными связями, инфраструктурой, возрастной и профессиональный уровень трудовых ресурсов, величина основного капитала, возможности для туризма, отдыха, развития социальной сферы и т.д. При этом важное значение имеет весь комплекс условий в целом, т.к. именно он создает инвестиционный потенциал территории: стратегически значимых количественных и качественных характеристик экономики, доступных ресурсов ее развития, потенциал в сфере экономики, инвестиций, природных ресурсов, топлива и энергетики, финансов, кадровой политики, транспорта, возможностей развития инфраструктуры, инновационного потенциала, условий развития малого и среднего бизнеса [2].

Для создания условий ведения инвестиционной деятельности серьезное значение имеет уровень проработанной правовой базы ведения инвестиционной деятельности, наличие государственных программ и

стратегий, определяющих долгосрочные инвестиционные приоритеты субъекта, наличие специализированных организаций: корпораций инвестиционного развития регионов и институтов инвестиционных уполномоченных [2].

В целях создания полного комплекса эффективных условий ведения инвестиционной деятельности в регионе должно быть отработано сокращение сроков процедуры регистрации юридических лиц через создание системы единого окна, переход на оказание услуг с использованием системы межведомственного электронного взаимодействия с многофункциональными центрами предоставления государственных и муниципальных услуг, повышена эффективность процедур по выдаче разрешений на строительство, выдаче прав собственности, выдаче лицензий [3]. Как известно, бюрократические издержки и формальный подход к организации работы часто затрудняют реализацию инвестиционных и инновационных проектов. Данное направление должно быть максимально прозрачно и выведено в электронный документооборот для сокращения сроков, экономии времени, что позволит быстрее

перейти из стадии подготовки инвестиционного проекта к стадии его реализации [4].

Государство в целях развития и активизации инвестиционной деятельности регионов активизирует деятельность по созданию особых территорий инвестиционного развития: территории опережающего развития, особые экономические зоны.

Прежде всего это территория опережающего социально-экономического развития – это специально определенная территория субъекта РФ, на которой установлен особый правовой режим осуществления предпринимательской деятельности. В настоящее время действуют 89 ТОР [5]. Результаты функционирования ТОР в моногородах (нарастающим итогом на 01.01.2023) представлены на рисунке 3.



Рис. 3. Результаты действия ТОР в моногородах

Особые экономические зоны также являются важными центрами по развитию инвестиционной активности в связи с оттоком иностранного капитала. ОЭЗ – это территории, на которых создан особый экономический режим. В России создано 50 ОЭЗ, всего было зарегистрировано 1019 резидентов, из них 130 компаний с иностранным участием из 42 государств, создано 56,7 тысяч рабочих мест, а общий объем вложенных инвестиций составил

822 млрд рублей. В бюджеты различных уровней оплачено 308 млрд рублей налоговых платежей [1].

В ОЭЗ создается новая и современная инфраструктура. Здесь существует ряд преимуществ, которые создают условия для развития бизнеса: льготный режим для ведения предпринимательской деятельности и применение процедур свободной таможенной зоны [1].

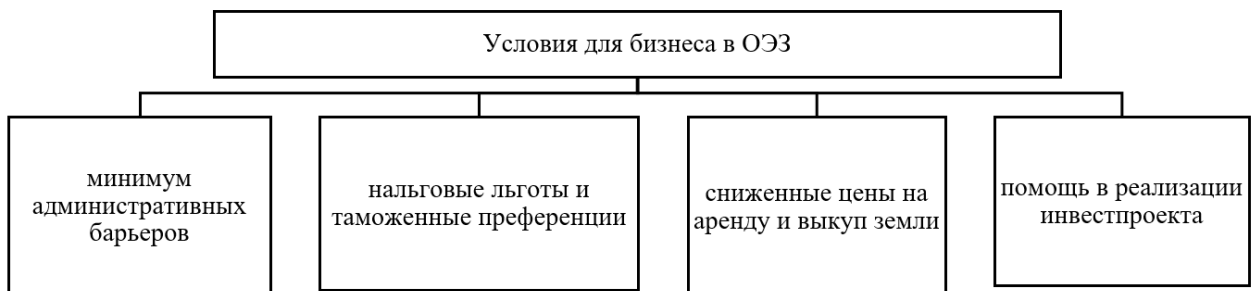


Рис. 4. Условия ведения бизнеса с ОЭЗ

Государственная инвестиционная политика в условиях оттока капитала и внешних санкций заключается в увеличении поддержки инвестиционных проектов в актуальных отраслях промышленности. Для реализации региональных инвестиционных проектов действует Фонд развития промышленности, которые предоставляет

льготные займы и финансирование инвестиций. ФПП является необходимым в современных условиях механизмом, который дает возможности развития и финансирования проектов, которые создают новую высокотехнологичную продукцию и импортозамещение [7].

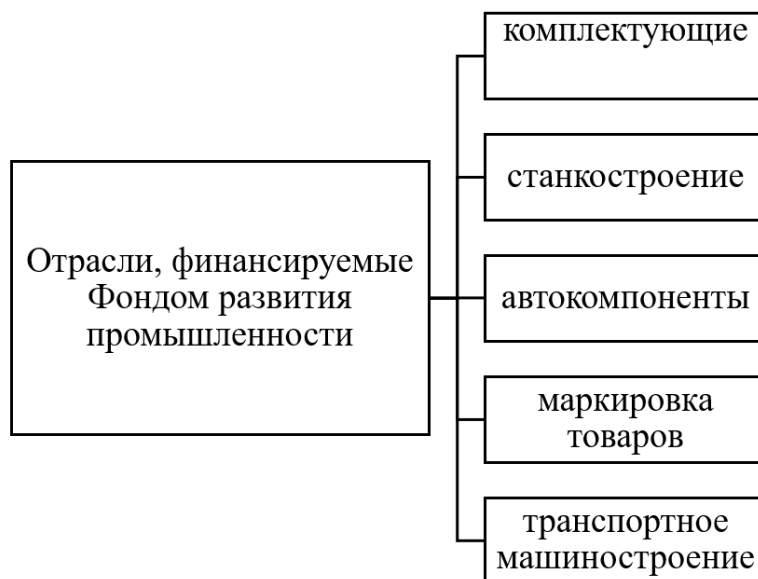


Рис. 5. Отрасли, финансируемые Фондом развития промышленности

Финансирование инвестиционных проектов, которые поддерживаются Фондом, составляет 851,9 млрд рублей [7]. Деятельность Фонда развития промышленности в этом направлении является основным инструментом поддержки инвестиционных проектов в различных сферах, раз-

витие которых является приоритетным для отечественной экономики:

Целевые займы выдаются сроком на десять лет, ставка составляет от 1% до 3%, объем от 5 млн до 5 млрд рублей. Итоги реализации проектов ФРП представлены на рисунке 6 [7].

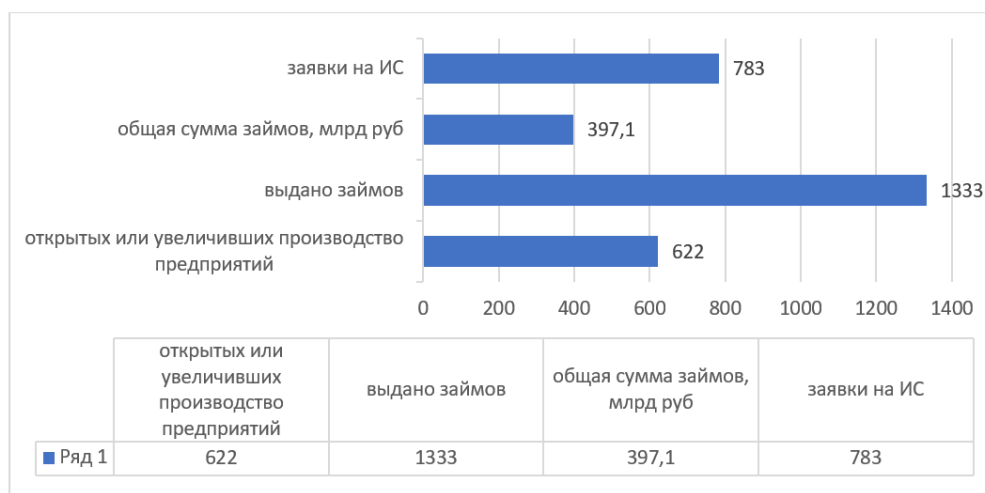


Рис. 6. Результаты деятельности Фонда развития промышленности

Заключение. Инвестиционная деятельность обуславливают инновационное управление региона, изменения в структуре управления организации; создание условий для развития творческой активности и генерации новых идей; создание креативной профессиональной среды в рабочем коллективе; внедрение технологи про-

ектного управления; внедрение новых управленческих технологий, например, технологий бережливого производства, в основе которой – устойчивое движение к минимизации потерь в процессе производства и повышение качества деятельности при снижении потерь.

Библиографический список

1. Бритикова Е.А. Повышение эффективности маркетинговой стратегии на основе формирования имиджа продукта / Е.А. Бритикова, Е.К. Можарова // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 11 (124). – С. 676-679.
2. Мартояс М.А. Стратегическое планирование в отрасли ЖКХ. / Мартояс М.А., Бритикова Е.А. // Эффективность разработки, принятия и исполнения управленческих решений как фактор социально-экономического развития России. Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 108-116.
3. Особые экономические зоны. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/instrumenty_razvitiya_territoriy/osobye_ekonomicheskie_zony/.
4. Оценка мер государственной поддержки МСП. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rspp.ru/activity/analytics/predvaritelnaya-otsenka-mer-gosudarstvennoy-podderzhki-rossiyskogo-biznesa-postradavshego-iz-za-sank/>.
5. Региональный инвестиционный стандарт. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://old.asi.ru/investclimate/standard/>.
6. Статистика малого бизнеса в России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ofd.nalog.ru/statistics.html>.
7. Территории опережающего развития. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/instrumenty_razvitiya_territoriy/tor/.

**DEVELOPMENT OF SOLUTIONS FOR THE FORMATION
OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE REGION**

E.A. Britikova, *Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor*

I.I. Polyakova, *Student*

**Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin
(Russia, Krasnodar)**

***Abstract.** The main directions of the state investment policy on the formation of investment attractiveness of the region are disclosed: financing of investment projects, creation of territories of advanced development, special economic zones, cluster policy. The content of measures to activate investment policy in sectors that are priority for the domestic economy is analyzed, the essence of the mechanisms for activating investment policy is revealed. The main directions of financing in the field of machine tool construction, components, labeling of goods, leasing have been studied; features of concessional loans and financing of investment projects; analyzed the organization of activities in the field of investment as a driver of the organization of innovation processes; implementation of state programs to create conditions for entering the Eurasian markets and economic integration.*

***Keywords:** state investment policy, investment attractiveness, investment climate, special economic zones, territory of advanced development.*

РЕГРЕССИОННО-КОРРЕЛЯЦИОННЫЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ УРОВНЯ ЦЕН В ЮЖНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ НА УРОВЕНЬ БЕЗРАБОТИЦЫ

И.И. Бурков, студент

В.Ф. Голиков, студент

Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина
(Россия, г. Краснодар)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-76-78

Аннотация. В данной статье представлены актуальные проблемы на сегодняшний день – инфляция и безработица. В целях определения взаимозависимости данных явлений произведен регрессионно-корреляционный анализ влияния уровня инфляции на уровень безработицы на примере Южного федерального округа с помощью среднего коэффициента эластичности, коэффициента корреляции и детерминации, а также F-критерия Фишера. В заключении статьи сделаны соответствующие выводы.

Ключевые слова: безработица, инфляция, корреляционно-регрессионный анализ, парная линейная регрессия, эконометрика, анализ.

Безработица и инфляция в настоящее время являются актуальными проблемами на макроуровне национальной экономики Российской Федерации. Внимание к изучению этих явлений увеличилось еще в девятнадцатом веке. А особенно проблема безработицы и инфляции стала актуальной во время пандемии коронавирусной инфекции, которая повлекла за собой значительное сокращение рабочих мест в большинстве регионов Российской Федерации. В связи с этим возникает вопрос: «Существует ли связь между уровнем безработицы и инфляции?»

Цели данного исследования:

– рассмотреть такие экономические показатели, как безработица и уровень цен (инфляция) на примере Южного федерального округа;

– выявить влияние инфляции на безработицу с помощью регрессионно-корреляционного анализа;

– руководствуясь проведенным анализом, сделать выводы.

Предположим, что результирующий признак (y) – совокупный показатель уровня безработицы и потенциальной рабочей силы в возрасте 15 лет и старше в Южном федеральном округе, %. Факторным признаком (x) в данном случае будет являться уровень инфляции, %. В расчет будут взяты данные Федеральной службы государственной статистики за 2017-2022 гг. [1].

Рассчитаем показатели, необходимые для дальнейшего анализа и представим их в таблице.

Таблица. Расчетные показатели, необходимые для регрессионно-корреляционного анализа [1]

Год	x	y	x*y	x ²	y ²	\hat{y}_x	$\left \frac{y - \hat{y}_x}{y} \right * 100\%$
2017	2,1	7,4	15,54	4,41	54,76	7,63	3,11
2018	4,5	6,9	31,05	20,25	47,61	7,13	3,30
2019	2,7	7,1	19,17	7,29	50,41	7,50	5,63
2020	4,2	8,0	33,60	17,64	64,00	7,19	10,13
2021	8,7	6,7	58,29	75,69	44,89	6,24	6,87
2022	11,7	5,2	60,84	136,89	27,04	6,61	27,12
Σ	33,90	41,30	218,49	262,17	288,71	42,30	56,16
Среднее значение	5,65	6,88	36,42	43,70	48,12	7,05	9,36

Рассчитаем коэффициенты регрессии линейного уравнения «а» и «b», которые понадобятся для дальнейших вычислений и составления модели данной линейной регрессии, имеющей вид [2]:

$$\hat{y}_x = a + b \cdot x + \varepsilon,$$

где ε – это случайный член, который показывает отклонение фактически наблюдаемых значений результативного признака от тех значений, которые найдены по уровню регрессии;

a, b – параметры уравнения регрессии.

$$b = \frac{\overline{xy} - \bar{x} \cdot \bar{y}}{\overline{x^2} - (\bar{x})^2} = \frac{36,42 - 5,65 \cdot 6,88}{43,70 - (5,65)^2} = -0,21$$

Коэффициент «b» показал, что в среднем при увеличении уровня инфляции в ЮФО на одну единицу уровень безработицы в округе снизится на 0,21 единиц.

$$a = \bar{y} - b \cdot \bar{x} = 6,88 + 0,21 \cdot 5,65 = 8,07$$

Полученные показатели представим в модели линейной регрессии:

$$\hat{y}_x = 8,07 - 0,21 \cdot x$$

Для того, чтобы определить качество данного уравнения регрессии, определим среднюю ошибку аппроксимации (из строки «среднее значение» последней колонки в таблице 1):

$$A = 9,36\%$$

Уравнение можно считать нормальным, так как средняя ошибка аппроксимации составляет менее 15%, то есть его желательно использовать в качестве регрессии.

Средний коэффициент эластичности рассчитаем по формуле:

$$\bar{\varepsilon} = b \cdot \frac{\bar{x}}{\bar{y}} = -0,21 \cdot \frac{5,65}{6,88} = -0,17\%$$

Средний коэффициент эластичности говорит о том, что с увеличением такого фактора, как уровень инфляции в ЮФО на

1% уровень безработицы в округе снизится на 0,17%.

В качестве показателя, показывающего тесноту связи между безработицей и инфляцией в Южном федеральном округе можно считать коэффициент корреляции, который находится по формуле, представленной ниже, и находится в диапазоне $-1 \leq r \leq 1$:

$$r_{xy} = \frac{\overline{xy} - \bar{x} \cdot \bar{y}}{\sigma_x \sigma_y},$$

где σ_x и σ_y – средние квадратические отклонения по x и y. Вычислим эти показатели:

$$\sigma_x = \sqrt{\overline{x^2} - (\bar{x})^2} = \sqrt{43,70 - (5,65)^2} = 3,43$$

$$\sigma_y = \sqrt{\overline{y^2} - (\bar{y})^2} = \sqrt{48,12 - (6,88)^2} = 0,89$$

$$r_{xy} = \frac{36,42 - 5,65 \cdot 6,88}{3,43 \cdot 0,89} = -0,803$$

Коэффициент корреляции в данном случае составил $-0,803$, то есть связь между уровнем безработицы и уровнем инфляции близка к линейной. Связь между этими признаками достаточно сильная.

Зная коэффициент корреляции, вычислим коэффициент детерминации по следующей формуле:

$$D = r^2 \cdot 100\% = (-0,803)^2 \cdot 100 = 64,48\%$$

Коэффициент детерминации показал, что 64,48% изменений уровня инфляции в Южном федеральном округе объясняется совокупным показателем уровня безработицы и потенциальной рабочей силы в возрасте 15 лет и старше. А на долю остальных факторов, не учтенных в данной модели приходится 35,52%.

Оценим статистическую значимость построенной модели регрессии в целом с помощью F-критерия Фишера. Для этого рассмотрим нулевую гипотезу $H_0: r_r = 0$ – коэффициент корреляции в генеральной

совокупности = 0 и рассматриваемый фактор не влияет на совокупный показатель уровня безработицы в Южном федеральном округе. Также рассмотрим альтернативную гипотезу $H_0: r_r \neq 0$ – коэффициент корреляции в генеральной совокупности отличен от «0» в значительной степени при заданном значении уровня значимости.

$$F_{\text{факт}} = \frac{r^2}{1 - r^2} * (n - 2) = 7,26$$

$$F_{\text{табл}}(0,05; 1; 4) = 7,71$$

Библиографический список

1. Уровень инфляции и безработицы в ЮФО // Федеральная служба государственной статистики. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/labour_force (дата обращения 16.04.2023).

2. Эконометрика: базовый курс: учебник / О.И. Хайруллина, О.В. Баянова; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Пермский аграрно-технологический университет имени академика Д.Н. Прянишникова». – Пермь: ИПЦ «Прокрость», 2019. – 176 с.

REGRESSION AND CORRELATION ANALYSIS OF THE IMPACT OF THE PRICE LEVEL IN THE SOUTHERN FEDERAL DISTRICT ON THE UNEMPLOYMENT RATE

I.I. Burkov, *Student*

V.F. Golikov, *Student*

Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin
(Russia, Krasnodar)

Abstract. *This article presents the current problems of today – inflation and unemployment. In order to determine the interdependence of these phenomena, a regression-correlation analysis of the effect of the inflation rate on the unemployment rate was performed on the example of the Southern Federal District using the average coefficient of elasticity, the coefficient of correlation and determination, as well as the Fisher F-test. In the conclusion of the article, the relevant conclusions are made.*

Keywords: *unemployment, inflation, correlation and regression analysis, paired linear regression, econometrics, analysis.*

ВЛИЯНИЕ VR ТЕХНОЛОГИЙ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА В НЕФТЕГАЗОВОМ КОМПЛЕКСЕ

Ю.В. Вейс, канд. экон. наук, доцент

Г.Д. Алфимов, студент

**Самарский государственный технический университет
(Россия, г. Самара)**

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-79-83

***Аннотация.** В современной нефтегазовой отрасли использование передовых технологий играет ключевую роль в повышении эффективности производства. Виртуальная реальность (VR) стала одним из наиболее перспективных инструментов, которые способны преобразовать традиционные рабочие процессы и сделать их более эффективными и безопасными. Цель данной статьи состоит в исследовании влияния VR технологий на производственные процессы в нефтегазовой отрасли и определении их потенциала для улучшения производительности, сокращения времени работ и снижения операционных рисков. Статья описывает применение VR в различных сферах нефтегазовой отрасли, таких как обучение и симуляция, визуализация геологических данных, техническое обслуживание и ремонт, операционное управление и т.д. Конкретные примеры исследований и внедрений VR в нефтегазовой отрасли подкрепляют эффективность и ценность данных технологий.*

***Ключевые слова:** VR технологии, нефтегазовый комплекс, технологическое развитие.*

VR-технологии – это один из самых быстроразвивающихся сегментов информационных технологий, который находит своё применение в разных сферах, включая нефтегазовую отрасль Российской Федерации. Для этой отрасли виртуальная реальность стала не просто интересной игрушкой, но и мощным инструментом, который помогает значительно повысить эффективность и безопасность добычи нефти и газа.

Одним из главных направлений применения VR-технологий в нефтегазовой отрасли является обучение персонала. На нефтегазовых объектах часто возникают опасные ситуации, и для того чтобы предотвратить их, необходимо правильно обучать персонал, а также тестировать их знания и навыки. Традиционные методы обучения зачастую ограничены и не всегда могут полностью передать сложность и реалистичность ситуации. В этом случае VR-технологии предоставляют возможность создать виртуальное окружение, полностью повторяющее реальность, и позволяют обучать персонал в безопасных условиях. Также можно симулировать различные аварийные ситуации, чтобы дать

персоналу опыт работы в экстремальных условиях, которые могут возникнуть в процессе добычи нефти и газа. Это позволяет сократить затраты на обучение и повысить эффективность процесса.

Еще одно из направлений – это моделирование процессов. В нефтегазовой отрасли, процессы, связанные с добычей и переработкой нефти и газа могут быть сложными и опасными. VR-технологии позволяют создавать точные модели этих процессов, что дает возможность прогнозировать возможные проблемы и принимать меры по их устранению.

Основными тенденциями развития VR технологий в нефтегазовой отрасли Российской Федерации являются:

- Развитие технологии "Digital Twins" – создание точных цифровых двойников для представления реального объекта или процесса в виртуальном мире;

- Применение технологии VR для управления удаленными объектами и процессами;

- Развитие инновационных решений на базе VR, таких как обучение через VR-симуляции с помощью искусственного интеллекта;

- Использование VR технологий в экологическом мониторинге и управлении окружающей средой с помощью искусственного интеллекта;

Например, компания "Газпром нефть" использует VR-шлемы для обучения сотрудников работе на нефтяных месторождениях. Это позволяет снизить риски для персонала и обучить их процессам безопасной эксплуатации оборудования в реалистичных условиях. Такие же шлемы, используются для обучения сотрудников работе на высоте. С помощью таких шлемов можно смоделировать условия работы на высоте, например, на буровых вышках, и провести тренировки без риска для жизни и здоровья.

VR-технологии используются для планирования и визуализации проектов, например, при разработке месторождений. С их помощью можно создавать трехмерные модели местности, анализировать геологические данные и строить различные сценарии развития месторождения. Это позволяет сократить время и расходы на проектирование и строительство объектов, а также повысить точность прогнозирования результатов работ. К примеру, компания "Газпром нефть" использовала эти технологии для создания трехмерной модели месторождения Восточно-Мессояхского, которая позволила улучшить планирование процесса добычи и сократить затраты на ее осуществление.

А теперь хотелось бы поподробнее разобраться с технологией Digital Twins (Цифровые Близнецы) – это концепция создания виртуальных копий реальных объектов или процессов, которые позволяют моделировать их поведение в реальном мире. В контексте нефтегазовой отрасли, Digital Twins используются для создания цифровых моделей месторождений и нефтегазовых скважин. С их помощью, компании могут получать более точную информацию о текущих состояниях и поведении месторождений и скважин, что позволяет оптимизировать их работу и улучшить производительность. Кроме того, эта технология позволяет быстрее и точнее проводить анализ и прогнозирование,

что существенно экономит время и ресурсы.

Одним из ярких примеров применения технологии Digital Twins в мировой нефтегазовой отрасли является проект компании BP, в рамках которого была создана цифровая модель месторождения Clair Ridge на севере Шотландии. Эта модель позволила компании определить расположение нефтяных и газовых месторождений, а также оптимизировать процессы добычи и эксплуатации в кратчайшие сроки. Digital Twins является одним из основных направлений развития нефтегазовой отрасли в современном мире. Ее применение позволяет улучшить качество и эффективность работы предприятий, а также значительно снизить риски и затраты на производство.

Цифровые двойники, являются одной из наиболее перспективных, развивающихся технологий в нефтегазовой отрасли России. Например, НПО "Центр" создало цифровую модель месторождения Бованенковское, которая позволяет проанализировать работу скважин, выбрать оптимальные режимы эксплуатации и прогнозировать добычу углеводородов.

Компания "ЛУКОЙЛ" также активно применяет технологию Digital Twins. В 2020 году она запустила проект по созданию цифровой модели месторождения "Верхнечонское". Кроме того, в России проводятся исследования в области Digital Twins, направленные на создание более точных и надежных моделей для предотвращения аварийных ситуаций на нефтегазовых объектах. В частности, в Московском государственном техническом университете нефти и газа имени Губкина разработана методика создания цифровых моделей для мониторинга и оптимизации производственных процессов на нефтегазовых объектах.

Таким образом, можно сделать вывод, что Digital Twins является важной технологией для нефтегазовой отрасли России, которая позволяет оптимизировать производственные процессы, увеличивать эффективность работы.

Также большим потенциалом в развитии на НГК является 3D-моделирование,

которым успешно пользуется компания «Лукойл». В частности, в Лукойле используют 3D-моделирование с VR для проектирования скважин и подземных хранилищ, а также для оценки состояния оборудования и планирования технического обслуживания. С их помощью специалисты могут более точно определять геометрию объектов, исследовать их функциональные возможности и проводить виртуальные тесты.

Всё это сильно помогает ускорить процесс принятия решений и уменьшить количество ошибок в проектировании и производстве. В результате, компания может значительно сэкономить ресурсы и повысить качество своей продукции. 3D-моделирование с применением VR технологий также позволяет быстро и эффективно обучать персонал, что способствует повышению квалификации и сокращению времени, затрачиваемого на обучение. Кроме того, это также может сократить расходы на обучение и повысить производительность труда сотрудников. В настоящее время «Лукойл» активно использует эти технологии и продолжает развивать свой опыт в этой области.

Еще одним из интересных примеров применения VR технологий в нефтегазовой отрасли России является обучение через VR-симуляции с помощью искусственного интеллекта. VR-симуляции позволяют создавать условия для обучения, которые в реальной жизни могут быть слишком опасными, дорогостоящими или просто невозможными. Например, специалисты Газпрома могут обучаться виртуальной практике ремонта оборудования, безопасному проведению сложных операций и т.д. Одним из ключевых элементов таких VR-симуляций является искусственный интеллект, который позволяет создавать более реалистичные сценарии и моделировать различные условия. Например, виртуальные модели могут изменяться в зависимости от разных параметров, таких как погода, температура, давление и т.д. Это позволяет специалистам улучшить свои навыки и более точно прогнозировать возможные риски в работе.

В совокупности VR-симуляции с искусственным интеллектом позволяют сократить время на обучение и снизить затраты на его проведение. Вместо того чтобы тратить время и ресурсы на традиционное обучение, специалисты могут проводить виртуальные уроки в любое удобное для них время и место. Интересно что, в 2020 году компания «Газпром» запустила проект "VR-профессия". Проект представляет собой набор обучающих VR-симуляций, разработанных специально для определенных профессий в газовой и нефтяной отрасли. С помощью VR-шлемов и контроллеров, участники могут воссоздать реалистичную среду производства и тренироваться в выполнении задач, которые могут возникнуть на производстве.

Например, для буровых работников доступна VR-симуляция бурения скважины, где они могут тренироваться в манипулировании буровой установкой и принимать решения в реальном времени. Для операторов компрессорных станций доступны VR-симуляции работы на компрессорной станции и управления оборудованием. Такой подход позволяет значительно повысить качество обучения, сократить время на подготовку кадров и уменьшить риски на производстве. Кроме того, проект "VR-профессия" от Газпрома может использоваться для переквалификации и обучения новых сотрудников, что помогает ускорить процесс интеграции новых специалистов в команду. VR-симуляции не ограничиваются только обучением персонала и созданием цифровых двойников оборудования. В некоторых случаях VR-технологии используются для создания интерактивных симуляций бурения скважин.

Этот проект позволяет создавать полностью интерактивные 3D-модели месторождений, которые можно исследовать в VR-режиме. Пользователи могут перейти в режим "бурения скважины", где они могут управлять оборудованием и процессом бурения в реальном времени.

Такие симуляции позволяют не только обучать персонал и улучшать качество работы, но и сокращать время на бурение скважин и уменьшать вероятность возник-

новения аварийных ситуаций. Кроме того, VR-симуляции бурения позволяют экономить на затратах на физические модели месторождений и оборудования.

В целом, применение VR технологий в нефтегазовой отрасли России помогает увеличить производительность и эффективность работы сотрудников, снизить затраты на обучение и подготовку к работе, улучшить точность и скорость выполнения задач, а также уменьшить количество ошибок и непредвиденных затрат. Все это в целом влияет на экономику предприятий и отрасли в целом, повышая их конкурентоспособность и прибыльность. Например, в сфере разведки и бурения нефтяных ме-

сторождений VR технологии позволяют сократить время на обучение новых сотрудников, улучшить точность оценки месторождений и сократить количество ошибок при подготовке к работам. В результате уменьшается количество непредвиденных затрат и увеличивается объем добычи нефти. Однако нужно понимать, что отечественные технологии на данном этапе развития, всё ещё уступают западным аналогам, а большинство и вовсе пишется на импортном ПО. Поэтому считаю целесообразным продолжать развивать в НГК технологии виртуальной и дополненной реальности.

Библиографический список

1. Современное образование как открытая система (под ред. Н.Г. Ничкало, Г.Н. Филонова, О.В. Суходольской-Кулешовой). – Институт научной и педагогической информации РАО, «ЮРКОМПАНИ», 2012 г. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/58084938/?ysclid=li2r4ix7bc17526481> (20.04.2023).
2. Рузакова, О.А. Вопросы защиты интеллектуальной собственности в области технологий виртуальной и дополненной реальности (VR, AR) / О.А. Рузакова, Е.С. Гринь // Вестник Пермского университета. Юридические науки. – 2020. – № 49. – С. 502-523. – DOI 10.17072/1995-4190-2020-49-502-523. – EDN TPXKPD.
3. Актуальные проблемы и тенденции развития современной экономики: Сборник трудов международной научно-практической конференции, Самара, 16-17 декабря 2021 года / Отв. редактор О.А. Горбунова. – Самара: Самарский государственный технический университет, 2021. – 574 с. – ISBN 978-5-7964-2343-1. – EDN TPVLGP.
4. Гаврилов, С.В. AR/VR технологии в нефтегазовом бизнесе / С.В. Гаврилов, И.Р. Фахуртдинов // Интеграция науки и образования в вузах нефтегазового профиля – 2022. Передовые технологии и современные тенденции: Материалы Международной научно-методической конференции, Салават, 21-22 апреля 2022 года. – Салават: УНПЦ «Издательство УГНТУ», 2022. – С. 544-546. – EDN FWZLYM.
5. Родионов А.С., Жаринов Ю.А., Старцева Е.В., Суслов Н.С., Шишкина О.Ю. Программный комплекс обучения на основе технологий дополненной реальности // Электротехнические и информационные комплексы и системы. – 2021. – №2.

THE IMPACT OF VR TECHNOLOGIES ON PRODUCTION EFFICIENCY IN THE OIL AND GAS COMPLEX

V.Yu. Vyacheslavovna, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

G.D. Alfimov, *Student*

Samara State Technical University

(Russia, Samara)

Abstract. *In the modern oil and gas industry, the use of advanced technologies plays a key role in improving production efficiency. The objective of this article is to examine the impact of VR technologies on production processes in the oil and gas industry and determine their potential for enhancing productivity, reducing work time, and mitigating operational risks. The article describes the application of VR in various areas of the oil and gas industry, such as training and simulation, visualization of geological data, technical maintenance and repairs, operational management, and more. In conclusion, the article summarizes the findings and presents general conclusions about the influence of VR technologies on production efficiency in the oil and gas industry. The further development and adoption of VR technologies are seen as promising, as they can optimize work processes, increase productivity, and reduce operational risks in the oil and gas industry.*

Keywords: *VR technologies, oil and gas complex, technological development.*

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ЗНАНИЙ

Ю.В. Вейс, канд. экон. наук, доцент

К.В. Овсянникова, студент

**Самарский государственный технический университет
(Россия, г. Самара)**

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-84-88

Аннотация. На сегодняшний день Россия находится на новом этапе развития национальной экономики, реализуя цифровую трансформацию экономических и производственных систем. Персонал – ключевой фактор для успешного функционирования любой организации, начиная от субъектов малого и среднего предпринимательства, заканчивая крупными корпорациями и государственными структурами. Необходимо качественно выстраивать систему развития персонала, для формирования устойчивого и профессионального коллектива нефтяной компании. Целью работы является анализ тенденций цифровой трансформации системы менеджмента знаний. В работе анализируются подходы к развитию системы менеджмента знаний, цифровые инструменты, способствующие повышению эффективности развития потенциала молодых сотрудников на предприятиях нефтегазового комплекса. Менеджмент знаний выступает основой для развития профессиональных качеств сотрудников, что сказывается как на повышении эффективности их работа, так и на конкурентоспособности предприятия в целом.

Ключевые слова: цифровая трансформация, менеджмент знаний, развитие персонала, обучение персонала.

Нефтегазовая отрасль в Российской Федерации является одной из самой стабильной, но в то же время за последние полтора года из-за пандемии коронавируса, введения санкций она претерпевает существенные изменения. В виду санкционных ограничений, внешнее финансирование данной отрасли весомо сократилось, объем импорта высокотехнологического и сложного оборудования, а также передовых информационных и интеллектуальных технологий и знаний значительно сократился.

Не смотря на столь значительный удар по экономике страны, где основную массу денежных средств составлял экспорт нефтепродуктов, данные условия являются триггером для трансформации экономики и появлению новых точек роста, способных в разы повысить конкурентоспособность России на международном рынке. В виду отсутствия источников для импорта оборудования возникает необходимость создавать отечественное оборудование, которое в свою очередь может стать как минимум конкурентоспособным зарубежным аналогам, как максимум – уникаль-

ные разработки, не имеющие альтернативы и аналогов в мире.

В случае с экспортом углеводородов уже назревает тенденция переориентации на другого потребителя – в доказательство этому, в марте 2022 года Россия увеличила экспорт нефти в Индию до 360 тыс. баррелей в сутки, что практически в 4 раза превышает среднюю норму экспорта в 2021 году, экспорт в Китай увеличился до 841 тыс. баррелей в сутки – что свидетельствует о том, что по сравнению с 2021 годом экспорт увеличился на 4% выше среднего уровня. При этом доля России в импорте нефти Индии и Китая в 2021 году составляла 1% и 14% соответственно [1].

Что касается движения персонала в нефтегазовом секторе и промышленном в целом по стране, то количество размещаемых вакансий, по информации сайта размещения вакансий HH.ru, по итогам I квартала 2023 года российские работодатели-промышленники опубликовали на HH.ru более 400 000 вакансий. Это на 22% больше, чем в IV квартале 2022-го, а также на 58% больше, чем в I квартале прошлого года [2].



Рис. 1. Динамика размещаемых вакансий на сайте NN.ru

Данные цифры говорят о том, что в нефтегазовом секторе помимо изменений в технологической части, так же происходит изменение и в кадровом составе. По сравнению с прошлым годом, почти вдвое увеличилось количество размещаемых вакансий на платформах, в то время как основная масса персонала нефтяной компании подбирается путем внутренних перемещений на разные позиции. По этим фактам можно сказать о том, что наблюдается высокая текучесть кадров в отрасли.

По данным исследования платформы для поиска работы NN.ru, Российские тенденции в области подбора персонала по итогам 2022 года можно отметить ключевые:

- Уровень безработицы сократился до минимального показателя за последние несколько лет- обратный эффект, в виду того, что чаще всего в кризисное время количество соискателей растет, а сейчас всё наоборот – компании активно ищут кандидатов для закрытия образовавшихся вакансий;

- наблюдается внушительная нехватка персонала, миграция «белых» и «синих» воротничков между странами, регионами и отраслями и как следствие – рост заработной платы [3].

Актуальность темы моего научного исследования связана с тем, что ключевым элементом в будущей трансформации сферы являются не столько передовые технологии, сколько человеческий фактор, так как в первую очередь сильный кадровый резерв является двигателем компании.

Для того, чтобы снизить отток сотрудников из компании, в первую очередь нужно обеспечить его всеми базовыми потребностями, такими как: достойные условия труда, зарплата не менее средней по рынку и др. Но помимо этих базовых по-

требностей, необходимо так же провести качественную работу над адаптацией.

Адаптация работника в организации представляет собой многосторонний процесс его приспособления к содержанию и условиям трудовой деятельности, к непосредственной социальной среде, совершенствования деловых и личных качеств работника. Это процесс, который требует, как от работника, так и от внутренней среды компании, а точнее, окружающего коллектива и руководства взаимной активности и заинтересованности друг в друге [4].

В своей статье я хочу подробно остановиться на особой группе работников – это молодые специалисты (джуниор-специалисты). Программа подготовки джуниор-специалистов должна быть направлена как на достижение в краткосрочной перспективе (до года) необходимых компании результатов, что в свою очередь должно быть четко сформулировано и донесено до молодого специалиста, но в то же время быть обширной и включать в себя не только четкое следование должностной инструкции и выполнения обязанностей в полной мере, но и выполнение ряда неординарных задач, тем самым развивая те самые «мягкие» навыки, которые так популярны и востребованы в наше время.

Менеджмент знаний можно охарактеризовать как устойчивую управленческую конструкцию, в которой знания и информация воспринимаются как организационный актив. В данном случае речь идет о нескольких видах знаний: индивидуальные и коллективные, проектные и организационные или другими словами, получаемые за счет обучения или опыта, то есть, которые появляются в процессе трудовой деятельности.

В системе менеджмента знаний можно выделить три компонента управления зна-

ниями (рис. 2).



Рис. 2. Три компонента менеджмента знаний

Сочетание трех компонентов формирует под собой некий фундамент или базу знаний для персонала. Пандемия стала стимулятором для развития удаленной среды работы и перевела многие компании в гибридный формат работы, например, с 2020 года ООО «РН-Учет» по настоящее время большинство сотрудников работу удаленно, увеличился и продолжает развиваться и совершенствоваться электронный документооборот. Наличие в организации базы данных с материалами, требованиями, рекомендациями, открытой для сотрудников, стало важным аспектом в функционировании.

Создание библиотеки знаний особенно актуальна для крупных компаний, которые

имеют широкий географический разброс, или для холдингов и корпораций. База, которая содержит сборник практик, инструкций и т.п., поможет сотрудникам быстрее входить в курс дел, находить похожие кейсы и решать свои задачи, а также обмениваться информацией с другими сотрудниками компании. Ключевым моментом является то, как информация организована. Схематичная подача информации с иллюстрациями и графиками особенно важна, так как большинство людей лучше воспринимают информацию визуально. В настоящее время можно отметить тренд на графические схемы, короткие видеоролики или инфографика [5].

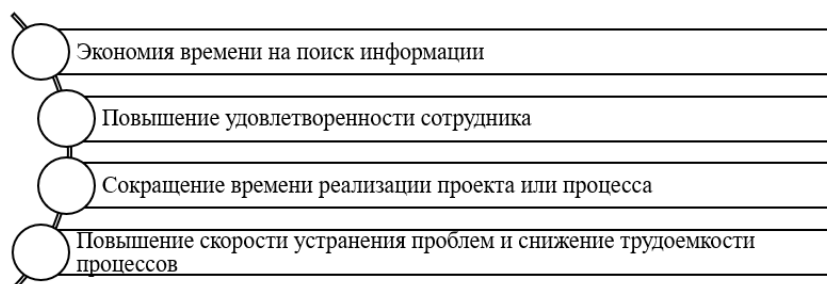


Рис. 3. Преимущества создания облачной библиотеки компании

Chat GPT – революционное решение в мире знаний и поиска информации. Данная нейросеть за столько короткий срок уже способствовала к пересмотру подходов обучения и получения информации. Самостоятельно нейросеть способна писать код и тексты на выбранную тему, обсуждать проблемы, предлагать решения и даже находить индивидуальный подход к решению к каждому вопросу. Чат-бот решает несложные задачи для L&D-менеджеров: предлагает способы развития категории HiPo-сотрудников и конкретных компетенций, осуществляет проверку готовых материалов, к примеру, устраняет недостатки в обучающих программах, формирует убедительные письма – призывы для сотрудников пройти какой-либо курс и многое другое. Плюс такого помощника в том, что он быстро учится, что очень актуально в условиях быстроразвивающихся технологий [6].

Данный искусственный интеллект можно применить в совокупности с библиотекой знаний, который сможет упростить задачу поиска информации и давать подсказки для решения кейсов. Это особенно актуально для обучения молодых специалистов, так как порой наставникам недостаточно времени для обучения своего подопечного в виду того, что у него наблюдается острая нехватка времени на выполнение своих основных обязанностей. С помощью бота можно устранить пробелы в знаниях и нехватки практики, так с помощью бота можно моделировать реальные производственные ситуации.

Качественно подготовленных молодых специалистов можно включать в кадровый резерв на более высокий и сложные должности, тем самым закрыв многомесечные вакансии, нехватку персонала и сократить текучесть кадров в организации.

С помощью пополнения кадрового резерва молодыми специалистами джуниоры будут чувствовать себя важной частью компании, тем самым стремясь привнести максимальный вклад в развитие. Понимая, что он важная часть огромного процесса, молодой специалист будет стремиться к совершенствованию рабочего процесса и будет иметь стимул в лице повышения по карьерной лестнице, что позволит сократить текучесть кадров, что позволит сократить затраты на поиск вновь образовавшихся вакантных должностей. В качестве претендентов на должность необходимо организовывать подбор внутри организации, так как знание организационной структуры компании значительно упрощает процесс адаптации на новом рабочем месте, а условия «соревнований» друг с другом мотивирует сотрудника выкладываться и реализовывать себя в полной мере. Сокращение оттока кадров из компании значительно повысит общую производительность труда и позволит компании оставаться на лидирующих позициях на рынке, а также сосредоточить свои финансовые возможности на внедрении новых проектов, совершенствовании производственного процесса.

Таким образом, можно подвести итог, что молодые сотрудники – неотъемлемая составляющая часть развития любой организации, в частности компаний нефтегазового комплекса, так как успешная трудовая деятельность в нефтяной компании требует максимальной вовлеченности в рабочий процесс. С помощью включения молодых специалистов в кадровый резерв предприятие может значительно сократить свои ресурсы на поиск подходящих кандидатов, заранее продумывая процесс замещения вакансий и постоянно пополняя кадровый резерв подходящими кандидатами.

Библиографический список

1. Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации – «Энергетические тренды». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/energo106.pdf> (дата обращения 10.04.2023).

2. HH.ru – «Обзор промышленной отрасли по итогам I квартала 2023 года». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://samara.hh.ru/article/31415?hhtmFrom=article_employers_list (дата обращения 10.04.2023).

3. HH.ru – «Итоги года российского рынка труда: демография, поведение соискателей и зарплаты». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://samara.hh.ru/article/31092> (дата обращения 10.04.2023).

4. Толстошеев Н.Е. Особенности процесса адаптации персонала в США и Японии // Евразийское Научное Объединение. – 2021. – № 5. – С. 299-301.

5. Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации – «Практика применения проектного управления». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/analitika/2022/_ч.2_web.pdf (дата обращения 11.04.2023).

6. HH.ru – «3 тренда в корпоративном обучении, которые подтолкнут сотрудников к развитию». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://samara.hh.ru/article/31416?hhtmFrom=article_employers_list (дата обращения 11.04.2023).

DEVELOPMENT OF IMPORT SUBSTITUTION PROGRAM AT OIL AND GAS COMPLEX ENTERPRISES

V.Yu. Vyacheslavovna, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

K.V. Ovsyannikova, *Student*

Samara State Technical University

(Russia, Samara)

***Abstract.** Today, Russia is at a new stage in the development of the national economy, implementing the digital transformation of economic and production systems. Personnel is a key factor for the successful functioning of any organization, from small and medium-sized businesses to large corporations and government agencies. It is necessary to qualitatively build a personnel development system in order to form a stable and professional team of an oil company. The aim of the work is to analyze the trends in the digital transformation of the knowledge management system. The paper analyzes approaches to the development of a knowledge management system, digital tools that improve the efficiency of developing the potential of young employees at oil and gas enterprises. Knowledge management is the basis for the development of the professional qualities of employees, which affects both the increase in the efficiency of their work and the competitiveness of the enterprise as a whole.*

***Keywords:** digital transformation, knowledge management, personnel development, personnel training.*

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

А.Л. Велегура, студент

Н.В. Климовских, канд. экон. наук, доцент

Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина
(Россия, г. Краснодар)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-89-92

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, раскрывающие основные аспекты осуществления мер по социально-экономическому развитию региона. Выявлены основные показатели, характеризующие уровень социально-экономического развития региона. Раскрыты факторы, оказывающие влияние на формирование социально-экономической политики. Обоснованы методы стратегического планирования.

Ключевые слова: регион, социально-экономическое развитие, управление, стратегическое планирование, эффективность, факторы, методы.

Развитие региона многосвязный и многоаспектный процесс, который принято рассматривать с точки зрения совокупности различных социальных и экономических факторов. Обычно под ними понимаются: перемены в общественном мнении, традициях, рост производства и доходов, а также структурные и иные изменения в социальной, административной и институциональной сфере региона.

На сегодняшний день социально-экономическое развитие региона представляет собой систему мер и различных мероприятий по улучшению уровня качества жизни населения, что является приоритетной задачей работы региональных органов власти. Приоритетными задачами социально-экономического развития региона можно назвать повышения качества образования, системы здравоохранения, рост валового регионального продукта, снижение уровня безработицы и т.д.

Существует ряд показателей, по которым оценивается степень развитости региона. Самым первым и самым универсальным идет индекс развития человека, под которым понимается общий уровень грамотности и образованности, проживающего на территории региона, взрослого населения, продолжительность его жизни и уровень его платежеспособности [1]. Также к показателям уровня социально-экономического развития региона в целом относят:

- уровень потребления отдельных материальных благ;
- национальный доход на душу населения;
- степень дифференциации доходов;
- продолжительность жизни;
- уровень физического здоровья;
- уровень образования;
- уровень счастья населения.

Управление развитием региона одна из важнейших этапов в осуществлении мер по социально-экономическому развитию региона, которое осуществляют органы местного самоуправления. На сегодняшний день стратегическое планирование и региональный маркетинг являются одними из самых действенных инструментов по управлению социально-экономическим развитием региона [2].

Стратегическое планирование позволяет определить, как и какие будут использоваться региональные ресурсы, какие мероприятия будет необходимо реализовать, чтобы решать возникающие или уже имеющиеся стратегические проблемы социально-экономического развития региона в краткие сроки с наилучшим итоговым результатом. Для этого администрацией разрабатываются и реализуются различные региональные программы в соответствии с приоритетными направлениями государственной региональной инновационной политики [3].

Методы, которые используются в процессе управления социально-экономического развития региона можно определить как: методы, направленные на получения наилучшего результата в более короткие сроки, что достигается за счет использования грамотного и современного подхода к решению проблем, связанных с социально-экономическим региональным развитием.

Существует ряд методологических принципов, которые стоит учитывать при разработке и реализации всех мероприятий по социально-экономическому развитию региона. Здесь стоит сказать о том, что важно определить, какие территориальные и социально-экономические преимущества имеются у региона, для их дальнейшего рационального использования в процессе реализации программ по региональному развитию. Также важно определить и зафиксировать четкие сроки и цели, которые будут в эти сроки выполнены, иначе возникает риск получения плохого результата. Еще одним принципом является объединение всех региональных структур для достижения единой цели развития, даже, если интересы некоторых из них могут не совпадать с интересами других. Здесь важно найти именно такой механизм воздействия, который позволит объединить такие структуры с соблюдением их интересов [2].

Следующим принципом можно выделить принцип самофинансирования, под которым понимается возможность региона использовать собственные средства для осуществления мероприятий по социально-экономическому развитию. Отсюда вытекает определенная региональная самостоятельность, которая как раз и позволит решать вопросы, связанные с социально-экономическом развития, без вмешательства государства, а значит необходимо четкое закрепление прав, обязанностей и границ полномочий у регионов в процессе осуществления экономических и социальных процессов.

Таким образом, учет всех вышеперечисленных принципов позволит разработать более полную и эффективную стратегию и

программу социально-экономического развития региона.

Однако, выбор конкретных инструментов и механизмов управления и реализации мероприятий, направленных на улучшения уровня социально-экономического развития региона, во-первых, закрепляется в соответствующих законодательных и нормативно-правовых актов, во-вторых, зависит от многих факторов и решений каждого конкретного региона.

Например, существуют методы прямого и косвенного влияния на социально-экономическое развитие региона [1]. Под прямыми методами воздействия обычно понимаются:

- бюджетное финансирование экономических и социальных программ, инвестиционных проектов;
- предоставление субвенций отдельным предприятиям, которые либо производят стратегически важную для государства продукцию, либо организуют производство в сложных социально-экономических условиях;
- разработку социально-экономических прогнозов и планов развития; осуществление национализации или приватизации объектов и др.

Непрямые методы влияния на социально-экономические процессы в регионе – это:

- предоставление налоговых льгот предприятиям, выполняющим социальные функции;
- создание привлекательного инвестиционного климата в регионе;
- регулирование цен на продукцию госсектора, социально-значимые товары и товары предприятий-монополистов.

Также существует ряд других методов влияния на социально-экономическое развитие региона [4]. К примеру, общеэкономические или селективные методы, под которыми понимается влияние на экономические процессы всех хозяйствующих субъектов и осуществляющих на их территории предприятий, вне зависимости от отрасли или же работа только с определенными отраслями, которые могут быть, как одними из самых сильных в регионе, так и слабыми, с целью их дальнейшего раз-

вития. Еще одними методами влияния можно считать экономические и административные.

Экономические методы влияния на региональное социально-экономическое развитие принято считать общее формирование рыночных отношений в стране, которое формирует финансовую заинтересованность хозяйствующих субъектов в участие в общей программе экономического развития, при этом оставляет им определенный уровень свободы, чтобы эти субъекты могли сами принимать необходимые решения и нести за них ответственность.

Административные методы влияния на региональное социально-экономическое развитие больше направлены на удовлетворение не отдельных хозяйствующих субъектов, а всей региональной системы в целом, поэтому все мероприятия, осуществляемые в рамках данного метода, опираются на определенные поставленные задачи и документацию, которые направлены на рациональное использование

имеющихся региональных ресурсов и потенциала с целью достижения конечной цели всей системы [5]. В отличие от экономических методов влияния, административные более структурированы и не допускают «свободы выбора».

Какие бы методы влияния на социально-экономического развития региона не были бы выбраны, они должны в основном опираться на конечную цель всего процесса – улучшение и создание условий для достойной жизни населения и развития любого рода деловой активности на территории региона.

Таким образом, при многообразии методов влияния на социально-экономическое развитие региона, необходимо выбрать именно те методы, которые позволят максимально рационально задействовать имеющиеся в регионе ресурсы и его потенциал, с целью достижения конечной цели – улучшения уровня социально-экономического развития региона.

Библиографический список

1. Зотеева К.С. Методы и формы государственного регулирования региона // Экономика и социум. – 2021. – №4-1 (83).
2. Климовских Н.В., Марченко М.Ю. Факторы развития региональной экономики. Инвестиционная привлекательность региона и региональная и инвестиционная политика. – Краснодар, 2015.
3. Климовских Н.В. Региональная инвестиционная политика как значимый фактор инвестиционной привлекательности Краснодарского края // Европейский журнал социальных наук. – 2015. – № 6. – С. 98-104.
4. Леванова Т.А., Маскин В.Ю. Подходы к управлению социально-экономическим развитием региона // Вестник РУК. – 2022. – №1 (47).
5. Чупина И.П., Зарубина Е.В., Симачкова Н.Н. Стратегия социально-экономического развития регионов // АОН. – 2020. – №2.

**IDENTIFICATION OF PRIORITY DIRECTIONS OF SOCIO-ECONOMIC
DEVELOPMENT OF THE REGION**

A.L. Velegura, *Student*

N.V. Klimovskikh, *Associate Professor*

**Kuban State Agrarian University Named After I.T. Trubilina
(Russia, Krasnodar)**

***Abstract.** The article discusses the issues that reveal the main aspects of the implementation of measures for the socio-economic development of the region. The main indicators characterizing the level of socio-economic development of the region are identified. The factors influencing the formation of socio-economic policy are revealed. The methods of strategic planning are substantiated.*

***Keywords:** region, socio-economic development, management, strategic planning, efficiency, factors, methods.*

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ОТРАСЛИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА МУНИЦИПАЛЬНЫХ РАЙОНОВ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

А.К. Веревоичникова, студент
Ф.В. Проценко, старший преподаватель
Уфимский университет науки и технологий
(Россия, г. Уфа)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-93-96

Аннотация. В современных условиях агропромышленный комплекс набирает обороты и приобретает всё большую значимость для экономики Республики Башкортостан и Российской Федерации в целом. В Башкортостане сельское хозяйство всегда было одной из ведущих отраслей, которая располагает благоприятными почвенно-климатическими условиями, трудовыми ресурсами и в данное время производит 3,2% всей сельхозпродукции России. Целью исследования является анализ состояния сельского хозяйства муниципальных районов Республики Башкортостан и поиск пути решения поддержки и развития муниципальных районов с низкими показателями.

Ключевые слова: сельское хозяйство, муниципальные районы, индекс производства, сельскохозяйственные зоны, инвестиционная привлекательность.

Сельское хозяйство Республики Башкортостан (РБ) является одним из ведущих в Российской Федерации, располагая 3,4% сельхозугодий России, производит 3,2% всей её сельхозпродукции [1].

Территория Республики Башкортостан разделена на несколько сельскохозяйственных зон, каждая из которых имеет свои отличительные особенности (рис. 1).

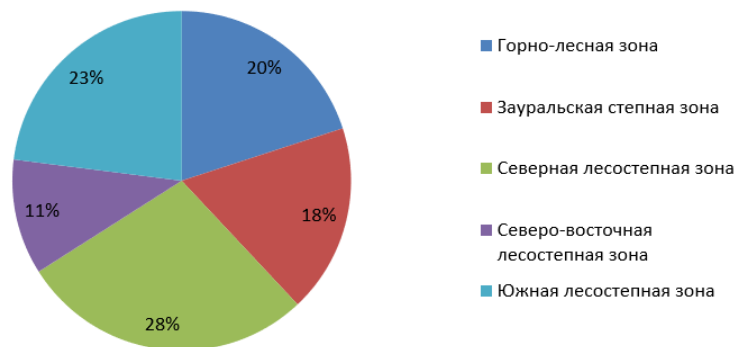


Рис. 1. Сельскохозяйственные зоны Республики Башкортостан

Объектом оценки являются муниципальные районы Республики Башкортостан, а именно районы, находящиеся в Северной лесостепной, Южной лесостепной и Горно-лесной зонах (71% территории РБ).

В исследовании оценка эффективности сельского хозяйства муниципальных районов РБ ведется по пяти основным показателям данной отрасли, но в рамках данной статьи рассматривается относительный показатель «индекс сельского хозяйства».

Индекс сельского хозяйства (I_{CX}) – относительный показатель, характеризующий изменение объема произведенных продуктов растениеводства и животноводства в сравниваемых периодах. Данный показатель высчитывается по следующей формуле [2]:

$$I_{CX} = \frac{ВП_{тек}}{ВП_{пред}} * I_{деф} * 100\%,$$

где $ВП_{тек}$, $ВП_{пред}$ – валовый продукт сельского хозяйства за текущий и предыдущий периоды.

душий годы соответственно; I_{def} – индекс дефляции за 2022 год.

На основании данных годового отчета отдела экономического анализа и планирования Министерства сельского хозяйства Республики Башкортостан за 2022 год

[3] в ходе исследования были определены рейтинги районов РБ Северной лесостепной, Горно-лесной и Южной лесостепной зон соответственно по индексу сельского хозяйства в 2022 году (рисунки 2, 3 и 4).

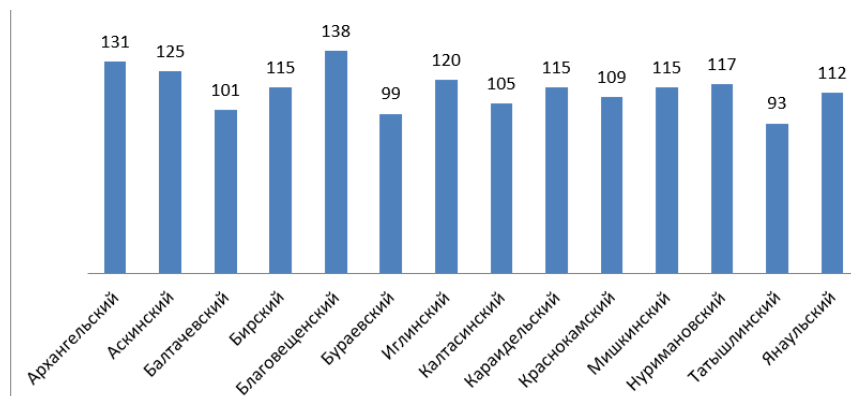


Рис. 2. Индекс производства продукции сельского хозяйства муниципальных районов, расположенных в Северной лесостепи

Среди районов, расположенных в Северной лесостепи, наибольшие показатели индекса производства у следующих районов: Благовещенский, Архангельский и

Аскинский. Самые низкие показатели в ходе анализа были выявлены у Балтачевского, Бураевского и Татышлинского районов.

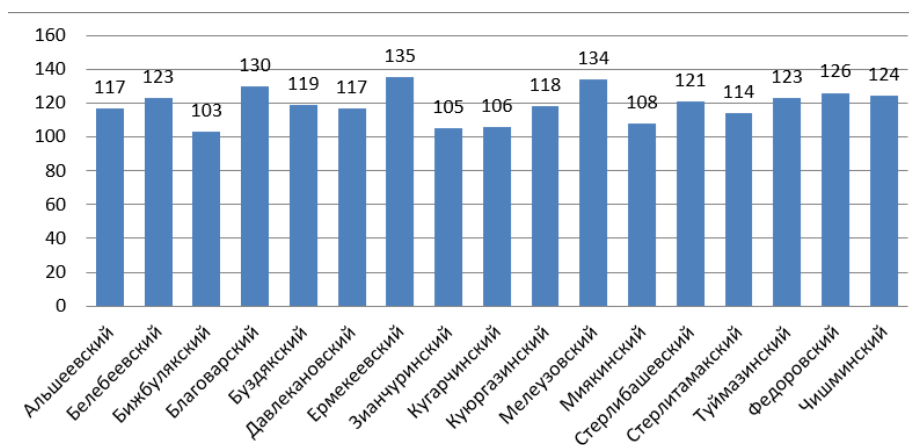


Рис. 3. Индекс производства продукции сельского хозяйства муниципальных районов, расположенных в Горно-лесной зоне

Исходя из графика на рисунке 3, можно сделать вывод, что Ермекеевский, Мелеузовский и Благоварский районы оказались в тройке лучших, что не скажешь о

Кугарчинском, Зианчуринском, Бижбулякском районах, у которых самые низкие показатели.

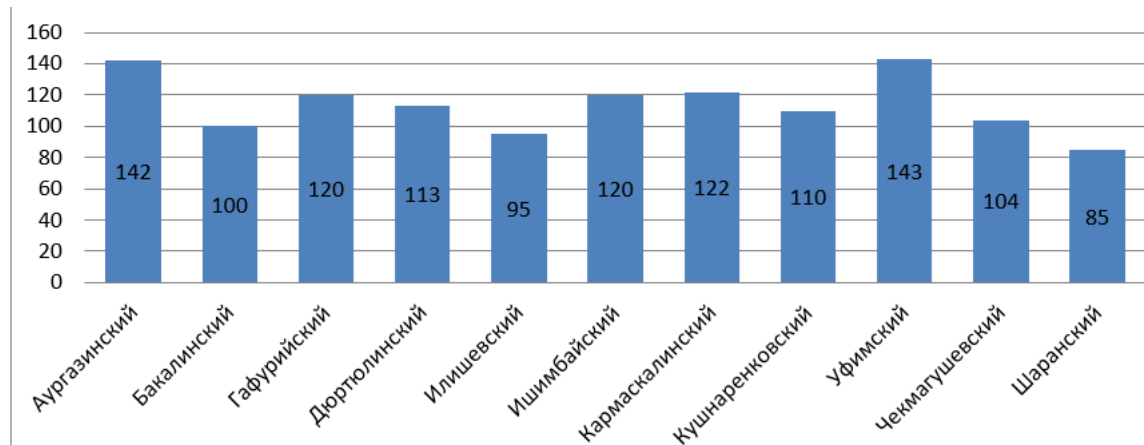


Рис. 4. Индекс производства продукции сельского хозяйства муниципальных районов, расположенных в Южной лесостепи

В Южной лесостепной зоне Уфимский, Аургазинский, Кармаскалинский районы занимают лидирующие позиции. В топ аутсайдеров оказались следующие районы: Бакалинский, Илишевский и Шаранский.

Важно заметить, что сельскохозяйственные предприятия предоставляют для сельских жителей работу и заработную плату, развивают инфраструктуру района

и обеспечивают поступление денежных средств в бюджет региона. Однако в данной отрасли наблюдаются значительные проблемы. В условиях ограниченности финансовых ресурсов федерального бюджета и субъектов Российской Федерации в некоторых муниципальных районах индекс сельского хозяйства ниже среднего (табл. 1) [3].

Таблица 1. Матрица эффективности инвестиций в муниципальных районах Республики Башкортостан в 2022 г.

Инвестиции в основной капитал сельского хозяйства	Индекс Продукция сельского хозяйства, млн. руб.				
	Менее 1500 млн. руб.	1501-2500 млн. руб.	2501-3500 млн. руб.	3501-4500 млн. руб.	4501 и более
Более 500001			Белебеевский		Стерлитамакский Аургазинский Мелеузовский Туймазинский Чекмагушевский Чишминский
100001 - 500000			Зианчуринский	Дюртюлинский Илишевский	Кармаскалинский
10001 – 100000		Нуримановский Иглинский Бураевский		Давлекановский	Благоварский Уфимский
1001 – 10000		Шаранский Ишимбайский Караидельский Татышлинский Янаульский	Ермекеевский Кушнаренковский Стерлибашевский	Благовещенский Гафурьевский Куюргазинский Миякинский Федоровский	Будякский
0 – 1000	Архангельский Аскинский Калтасинский Мишкинский	Бакалинский Бирский Краснокамский Бижбулярский Балтачевский	Кугарчинский		Альшеевский

По данным матрицы эффективности видно, что в числе районов, у которых индекс продукция сельского хозяйства составил менее 1500 млн. руб. и инвестиции в основной капитал сельского хозяйства составили менее 1000 руб. оказались сразу 4 района: Архангельский, Аскинский, Калтасинский, Мишкинский. Это говорит о том, что в районах неразвита инфраструктура инвестиционной деятельности, отсут-

ствует результативная система поощрения инноваций, а также низкий уровень культуры предпринимательства и инициативы.

Таким образом, следует рассмотреть те районы, где инвестиции составляют более 3500 млн. руб. для того, чтобы перенаправить их в те районы, где низкие показатели, чтобы повысить их уровень инвестиционной привлекательности.

Библиографический список

1. Сельское хозяйство Республики Башкортостан. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://web.archive.org/web/20151222135430/http://www.apkrb.info/pages/docs/mc_showdoc.aspx?id=12538# (дата обращения 22.03.2023).

2. Справка отдела экономического анализа и планирования Министерства сельского хозяйства Республики Башкортостан от 21.05.2022 «Валовая продукция сельского хозяйства Республики Башкортостан по категориям хозяйств за 2021 год.

3. Годовой отчет отдела экономического анализа и планирования Министерства сельского хозяйства Республики Башкортостан за 2022 год.

ANALYSIS OF THE STATE OF THE AGRICULTURAL SECTOR OF THE MUNICIPAL DISTRICTS OF THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN

A.K. Verevochnikova, *Student*

F.V. Protsenko, *Senior Lecturer*

Ufa University of Science and Technology
(Russia, Ufa)

Abstract. *In modern conditions, the agro-industrial complex is gaining momentum and is becoming increasingly important for the economy of the Republic of Bashkortostan and the Russian Federation as a whole. In Bashkortostan, agriculture has always been one of the leading industries, which has favorable soil and climatic conditions, labor resources, and currently produces 3.2% of all agricultural products in Russia. The purpose of the study is to analyze the state of agriculture in the municipal districts of the Republic of Bashkortostan and to find a way to support and develop municipal districts with low indicators.*

Keywords: *agriculture, municipal districts, production index, agricultural zones, investment attractiveness.*

АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ ТАМОЖЕННЫХ СБОРОВ В УСЛОВИЯХ ЕАЭС**М.А. Вивальди, студент****И.С. Полищук, студент****А.Д. Куроедов, студент****Научный руководитель: Р.Р. Ахмедзянов, доцент****Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского
(Россия, г. Калуга)**

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-97-99

Аннотация. Таможенные сборы являются одним из обязательных таможенных платежей, взимаемыми таможенными органами при перемещении товаров через таможенную границу ЕАЭС и совершении операций с ними. Они играют важную роль для пополнения доходной части бюджета РФ. В статье представлен анализ взимания таможенных сборов и их место в структуре таможенных платежей. В заключении определены существующие проблемы и пути их решения.

Ключевые слова: таможенные сборы, таможенные платежи, таможенные органы, взимание, совершенствование.

Государственные органы наделены особыми полномочиями для выполнения своих функций и развития государственной торговли и ее внешнеэкономической деятельности. Так, таможенные органы взимают таможенные платежи с целью пополнения доходной части федерального бюджета, а так регулирования движения товаропотоков.

К таможенным платежам в соответствии с Таможенным кодексом ЕАЭС относят таможенные пошлины (ввозную и вывозную), НДС при ввозе товаров, таможенные акцизы, а также таможенные сборы [2].

Таможенные сборы в соответствии с Федеральным Законом от 03.08.2018 №289-ФЗ «О таможенном регулировании» подразделяются на:

1. таможенные сборы за совершение таможенных операций, связанных с вы-

пуском товаров (далее – таможенные сборы за таможенные операции);

2. таможенные сборы за таможенное сопровождение;

3. таможенные сборы за хранение [3].

Ставки таможенных сборов за таможенные операции зависят от таможенной стоимости декларируемых товаров, ставки таможенных сборов за таможенное сопровождение исчисляются в зависимости от количества сопровождаемых километров, ставки таможенных сборов за хранение – в зависимости от веса товаров и дней его хранения на складе.

Для определения роли таможенных сборов при пополнении федерального бюджета, для начала необходимо выделить место сборов в структуре взимаемых таможенных платежей (табл. 1).

Таблица 1. Динамика таможенных платежей, перечисляемых в федеральный бюджет РФ, млрд. руб. [4]

Вид платежа	2019г.	2020г.	2021г.	2021г. в % к	
				2019г.	2020г.
НДС	2613,4	2701,6	3421,5	130,9	126,6
Ввозная таможенная пошлина	618,2	615,5	755,9	122,3	122,8
Вывозная таможенная пошлина	2291,3	1148,1	2526,4	110,3	220
Акцизы	88,8	98	130,9	147,4	133,6
Таможенные сборы	20	19,9	39,7	198,5	199,5
Прочие	97,4	168,7	278,5	285,9	165,1
итого	5728	4751,8	7156,9	124,9	150,6

Исходя из данных, представленных в таблице 1, можно увидеть, что таможенные сборы не занимают ведущее место в структуре таможенных платежей. в 2021 году суммы от поступлений таможенных сборов составили 39,7 млрд. рублей, что практически вдвое больше показателей предыдущих лет (2021 год – 19,9 млрд. рублей, 2020 – 20 млрд.)

Объяснением причин низкого уровня сумм от таможенных сборов может служить тот факт, что таможенные сборы имеют самые низкие ставки среди таможенных платежей. Например, ставка таможенных сборов за таможенные операции составляет 775 рублей, если стоимость декларируемых товаров не превышает 200 тыс. рублей включительно

В 2022 году ФТС РФ перестала официально публиковать данные о внешнеэкономической деятельности, в том числе о торговле и торговых партнерах России, также, в ежегодном сборнике ФТС не указываются данные о количестве взимаемых таможенных сборах в 2022 году.

Поступления от таможенных сборов, несмотря на увеличение в 2021 году, все еще остаются низкими по сравнению с иными таможенными платежами. К причинам можно отнести:

- низкие ставки;
- недостаточный уровень контроля за взиманием сумм, причитающихся к уплате в бюджет;
- статус «дополнительного к таможенной пошлине» платежа [5].

Для решения поставленных проблем можно предложить повышение ставок таможенных сборов, хотя невозможно провести значительное увеличение, поскольку суммы от таможенных сборов служат компенсацией расходов в связи с осуществлением действий должностными лицами таможенных органов, связанных с выпуском товаров.

Также можно предложить модернизацию условий сбора. Такие мероприятия могут оказать влияние на увеличение сумм обязательных платежей, поскольку участник внешнеэкономической деятельности получит больше возможностей к исполнению обязанности по уплате сборов; а также минимизации случаев, при которых суммы сборов не уплачивается в связи с недостаточным оснащением таможенных органов; однако стоит отметить, что фискальная роль в значительной мере не увеличится [6].

Что касается утилизационного сбора, то с 6 марта 2023 года вступило в силу постановление Правительства Российской Федерации от 06.02.2016 № 81, которое определяет правила и особенности, связанные с уплатой утилизационного сбора в отношении самоходных машин и прицепов к ним с 1 марта 2023 года. Так, внесение денежных средств в счет уплаты утилизационного сбора осуществляется с использованием авансовых платежей по КБК 153 1 10 09000 01 1000 110. Также можно отметить, что постановление исключило необходимость представления копий платежных документов об уплате утилизационного сбора.

Таким образом, можно сказать, что таможенные сборы представляют собой вид таможенных платежей, которые взимаются не при фактическом перемещении товаров через таможенную границу (как налог с осуществления торговой деятельности), а при совершении таможенных операций таможенными органами, связанных с выпуском товаров, их хранением или сопровождении при перевозке.

Совершенствование и модернизация взимания таможенных сборов является частью глобальной задачи ФТС РФ по развитию фискальной функции.

Библиографическим список

1. «Таможенный кодекс Евразийского экономического союза» (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза от 01.01.2018) // СПС «Консультант Плюс». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_215315/.
2. Федеральный закон «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от

03.08.2018 N 289-ФЗ (последняя редакция). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304093/.

3. Ежегодный сборник «Таможенная служба Российской Федерации». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://customs.gov.ru/activity/results/ezhegodnyj-sborniktamozhennaya-sluzhba-rossijskoj-federaczii>.

4. Ахмедзянов, Р.Р. Порядок применения таможенных сборов в условиях ЕАЭС: теория и практика / Р.Р. Ахмедзянов, Е.В. Першикова // Тенденции развития науки и образования. – 2019. – № 50-4. – С. 16-19.

5. Коровяковский Д.Г., Храмов С.А. Перспективы развития и совершенствования института таможенных сборов в ЕАЭС // Юридическая наука. – 2022. – №4.

6. Медведенко О.В. Актуальные аспекты применения таможенных сборов за совершение таможенных операций, связанных с выпуском товаров // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. – 2022. – №1 (81).

7. Петрушина О.М., Мустафина К.И., Плахова А.А. Современные тенденции администрирования таможенных платежей в Российской Федерации // Вестник Академии знаний. – 2022. – №2 (49).

ANALYSIS OF THE APPLICATION OF CUSTOMS DUTIES IN THE CONDITIONS OF THE EAEU

M.A. Vivaldi, *Student*

I.S. Polishchuk, *Student*

A.D. Kuroedov, *Student*

Supervisor: *R.R. Akhmedzyanov, Associate Professor*

**Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky
(Russia, Kaluga)**

Abstract. *Customs duties are one of the mandatory customs duties levied by customs authorities when moving goods across the customs border of the EAEU and performing operations with them. They play an important role in replenishing the revenue side of the budget of the Russian Federation. The article presents an analysis of the collection of customs duties and their place in the structure of customs payments. In conclusion, the existing problems and ways to solve them are identified.*

Keywords: *customs duties, customs payments, customs authorities, collection, improvement.*

СТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА ЗА РУБЕЖОМ

В.А. Вологовская, магистрант

Московский государственный институт международных отношений (Университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации
(Россия, г. Москва)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-100-104

Аннотация. Рассмотрены функции и полномочия структур поддержки российского бизнеса за рубежом, проведен их сравнительный анализ. Выделены «обычные» структуры, исключительные полномочия которых признаются международной торговой и дипломатической практикой. Содержание этих полномочий остается неизменным именно в силу такого признания несмотря на модернизацию российских «поддерживающих» структур. Напротив, многие услуги, ранее предлагавшиеся исключительно ТПП, сегодня расширены и модернизированы в составе мер поддержки со стороны РЭЦ и входящих в него структур. Как и РЭЦ, продвижению российской продукции способствуют и торгпредства, но делают это на уровне конкретного государства. Также на уровне РЭЦ создан ряд инструментов финансовой поддержки российских компаний на зарубежных рынках. Сделан вывод об особой роли консульских учреждений, действующих средствами дипломатии и обладающих рядом исключительных полномочий, в защите интересов российских компаний за рубежом.

Ключевые слова: поддержка российского бизнеса, российский экспортный центр, торговые представительства, консульские учреждения.

Ведение бизнеса за рубежом тем же порядком, что и внутри страны невозможно в силу множества причин. Это иное право, рынок, культура, институты и наличие ограничительных барьеров для иностранных компаний. Поэтому исторически в большинстве государств сформировались институты, обеспечивающие поддержку национальных предприятий на зарубежных рынках. Особенностью таких структур является преобладание защитной функции, поскольку обеспечивается ими не лоббирование интересов, а, в первую очередь, их отстаивание в условиях коллизии права либо введения ограничительных

режимов. Данные институты уже в современных условиях получили дальнейшее развитие, приобретая не только защитные, но и непосредственно поддерживающие функции. Россия не является исключением, причем развитие поддерживающих национальный бизнес за рубежом структур ведется особенно активно ввиду стратегической ориентации на диверсификации национальной экономики в пользу несырьевого экспорта.

Перечень структур поддержки российского бизнеса на зарубежных рынках представлен на рисунке 1.



Рис. 1. Структуры поддержки российского бизнеса за рубежом в соответствии с подде-

ДОМСТВЕННОСТЬЮ

Классификация приводится в зависимости от порядка возникновения «поддерживающих» структур, как следствие, их международного признания. Становление «обычных» структур происходило исторически через фактическое взаимное признание участниками международных отношений и внешней торговли. Не все эти структуры являются конвенциональными, поскольку только статус консульств урегулирован в полной мере Конвенцией о консульских сношениях [1], в то время как определенность положения ТПП достигнута только в отношении карнета АТА, выдача которого не является основной функцией этих «поддерживающих» структур. Торгпредства вообще существуют только на уровне взаимного признания, двусторонние соглашения могут регулировать только некоторые особенности учреждения этих институтов. Тем не менее, полномочия данных структур единообразно признаются в международной торговой и дипломатической практике, некоторые функции носят «исключительный» характер, поскольку основаны на деловом обычае. В целом, данные институты могут рассматриваться как «обычные» в силу исторического становления именно через обычаи дипломатического или торгового оборота, в последующем частично упорядоченные, но сохраняющие преимущественное значение именно в силу общего признания.

Напротив, современные институты не обладают подобным статусом, как следствие, относительно поддержки российского бизнеса за рубежом действуют, преимущественно, через «внутренние» полномочия, создающие лучшие условия для экспорта, но прямо не связанные с ведением дел российскими производителями в других странах, за исключением использо-

вания экономических инструментов. Следует отметить, что формирование подобных институтов свойственно не только России, но и большинству развитых стран, в основе лежит понимание больших преимуществ, достигаемых в торговых связях, когда правовые и дипломатические средства дополняются использованием экономических мер. Фактически, деятельность подобных структур может рассматриваться в концепции международной конкуренции стран.

Российские институты подобного рода объединены в Российском экспортном центре (РЭЦ), интегрированным в структуру ВЭБ.РФ, действия которого тесно координированы с Минэкономразвития РФ в силу механизма финансирования, преимущественно, через бюджетные субсидии, покрывающие расходы, необходимые для сопровождения российского бизнеса за рубежом.

Структура РЭЦ отражает функциональный уровень специализации, при этом непосредственно РЭЦ и ЦПЭ регионов обеспечивают поддержку российского бизнеса за рубежом практически единообразно, но РЭЦ в силу закона обладает специальными контрольными полномочиями в отношении пользующихся бюджетным финансированием центров поддержки экспорта, учрежденных регионами. Кроме того, именно эта структура отвечает за экономический аспект российской внешне-торговой политики в силу ч. 1 ст. 46.1 Закона «Об основах государственного регулирования ВЭД» [2]. Распределение функций поддержки российского бизнеса за рубежом в структуре РЭЦ представлено на рисунке 2. Ряд направлений поддержки российского бизнеса за рубежом структурами РЭЦ носит близкий с функциями «обычных» структур характер.



Рис. 2. Поддержка российского бизнеса за рубежом структурами РЭЦ

Прежде всего, речь идет о ТПП, функции которых определены ч. 1 ст. 12 и ч. 3 ст. 15 Закона «О ТПП» [3]. Эти положения отражают фактическую специализацию данных структур в обслуживании потребностей участников внешнеторгового оборота и на уровне сложившейся практики включают организацию различных деловых миссий и презентаций. Схожие возможности предлагает и РЭЦ, но разница состоит в месте организации презентационных мероприятий, поскольку, в частности с поддержкой РЭЦ в нескольких странах открыты постоянно действующие павильоны, демонстрирующие российскую сельскохозяйственную продукцию, деловые миссии имеют организованный характер, состав их участников формируется через заявки, участие бесплатно. Для ТПП это отдельная услуга, инициатива организации деловой миссии исходит от бизнеса, но в большинстве случаев каких-либо субсидий не предусмотрено. Ориентированные на привлечение зарубежных партнеров выставки чаще проводятся ТПП на российской территории, хотя это особенность, специфическая именно для российских ТПП, сложилась она исторически. В целом, при внешнем сходстве, продвижение товаров российского бизнеса при участии ТПП и РЭЦ значительно различается.

Сертификация и патентование также являются «общей» сферой поддержки со стороны этих структур, но РЭЦ специали-

зируется только на сертификации для подтверждения соответствия обязательным требованиям иностранного государства, делается это через субсидии. Преимущественно ТПП в практике международной торговли выдают сертификаты происхождения, выступающие коммерческими документами в сделках и при таможенном оформлении. Помимо этого, исключительно ТПП свидетельствуют ряд фактов, в частности, форс-мажор или обычай порта, проводят товароведческие экспертизы, результаты которых обычно признаются сторонами внешнеторгового контракта. Также исторически первые третейские суды были организованы именно при ТПП. Эти функции поддержки российского бизнеса за рубежом по-прежнему реализуются исключительно ТПП, в то время как другие направления (выбор партнера, консультационная поддержка, обучение и сопровождение продвижения) получили значительное развитие в практике РЭЦ, по существу, являются модифицированным и дополненным вариантом услуг российских ТПП.

Сопровождение продвижения российской продукции со стороны РЭЦ является схожей и с торгпредствами, но конкретное его содержание также различается. Прежде всего, торгпредства обеспечивают поддержку российского бизнеса непосредственно за рубежом, в конкретной стране, где, как и РЭЦ, могут способствовать ор-

ганизации презентационных мероприятий, проводить анализ национального законодательства и определять специфические барьеры для иностранных производителей, формировать аналитику по национальным рынкам. Схожие услуги предоставляются и структурами РЭЦ, но они имеют общую направленность, в то время как торгпредства специализируются на конкретной стране, в силу этого располагают значительно большим объемом информации, могут сопровождать деловые миссии и презентационные мероприятия непосредственно в стране их проведения. Кроме того, как и другие «обычные» структуры, торгпредства наделены особым статусом, признаваемым большинством участников международного оборота. Согласно пп. «л» п. 5 Положения о торгпредстве [4], именно эти институты содействуют досудебному урегулированию споров, в определенной мере выполняя роль представителей при возникновении разногласий между сторонами внешнеэкономической сделки. С развитием обмена электронными документами, значение этой функции несколько снизилось. В то же время, урегулирование противоречий, возникающих между партнерами, на основе переговоров значительно эффективнее использования иных внесудебных процедур, что сохраняет за торгпредствами особую роль в поддержке российского бизнеса за рубежом.

Следует отметить и определенный дипломатический статус данных структур, обусловленный исторической специализацией торгпредств на экономических связях межгосударственного уровня. Именно поэтому, хотя торгпредства относятся к Минпромторгу России, в силу п. 15 Положения о торгпредствах взаимодействуют с российскими посольствами.

Сопоставляя функции торгпредств и РЭЦ в сфере продвижения российской продукции, следует проводить между ними различия территориального характера, поскольку торгпредства обеспечивают поддержку непосредственно за рубежом.

Исключительными функциями РЭЦ как «поддерживающей» структуры являются в сфере финансирования, где перечень возможностей этой структуры наиболее раз-

нообразен. Непосредственно РЭЦ ведет распределение субсидий как между относящимися к нему структурами, так и между конкретными участниками ВЭД, в частности, при субсидировании экспортного кредитования и гарантии обратного выкупа, связанной с покрытием части дилерской скидки. Росэксимбанк, в дополнение к льготному экспортному кредитованию (покрывается субсидиями РЭЦ), предлагает ряд специализированных факторинговых продуктов, включающих не только обычный форфейтинг, но и «обратный» факторинг (кредитование иностранного покупателя). Гарантии выдаются под оплату, участие в тендерах, а также исполнение обязательства российской стороной. ЭКСАР, помимо рисков дебиторской задолженности и финансовых инструментов, например, подтвержденного аккредитива, страхует также политические риски. Портал «Мой экспорт» объединяет значительную часть этих услуг, кроме того, имеется ряд удаленных сервисов в области анализа ВЭД по страновому или отраслевому профилю, ведется дистанционное сопровождение по правовым вопросам и таможенной логистике. Некоторые из этих направлений реализуются и ТПП, но для этих структур не являются направлением специализации.

Отдельно следует выделить консульские учреждения, основной функцией которых, помимо непосредственно налаживания дипломатических связей, является защита национальных интересов в конкретной стране. Хотя консульские учреждения исторически ориентированы, в основном, на поддержку граждан, а не бизнеса, в силу ч. 3 ст. 29 Консульского устава [5], именно консульские учреждения принимают меры, необходимые для разрешения последствий задержания российских судов. Также следует учитывать функции в сфере консульской легализации и нотариальных действий, общие полномочия, связанные с представлением интересов Российской Федерации. В целом, перечень функций консульских учреждений в сфере поддержки российского бизнеса за рубежом наименее широк, но это «исключительные» полномочия, значи-

тельная их часть реализуется средствами дипломатии.

Расширение перечня структур поддержки российского бизнеса за рубежом не сопровождается перераспределением «исключительных» полномочий в области защиты российских компаний в зарубежных странах, поскольку их осуществление признано в международной дипломатической и торговой практике, но создание РЭЦ привело к модернизации ряда «неисключительных» направлений, которые ранее относились к услугам ТПП. Продвижение российских товаров за рубежом при участии РЭЦ, хотя в определенной мере близко к функциям торгпредств, значительно

отличается по содержанию, поскольку торгпредства действуют на уровне конкретного государства, обладают дипломатическим статусом. Одновременно только РЭЦ обладает значительными возможностями финансовой поддержки, включая страхование, кредитование и ряд финансовых инструментов, ориентированных на потребности участников ВЭД. Реализует данные направления как непосредственно РЭЦ, так и входящие в него структуры. Отдельную роль в поддержке российского бизнеса за рубежом играют консульские учреждения, действующие средствами дипломатии и обладающие рядом «исключительных» полномочий в данной сфере.

Библиографический список

1. Венская конвенция о консульских сношениях (заключена в г. Вене 24.04.1963) // Сборник международных договоров СССР. – Вып. XLV. – М., 1991. – С. 124-147.
2. Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности: Федеральный закон от 08.12.2003 № 164-ФЗ (ред. от 29.12.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.04.2023) // СЗ РФ. – 15.12.2003. – № 50. – Ст. 4850.
3. О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации: Закон РФ от 07.07.1993 № 5340-1 (ред. от 01.05.2022) // Ведомости СНД и ВС РФ. – 19.08.1993. – № 33. – Ст. 1309.
4. Об оптимизации системы торговых представительств Российской Федерации в иностранных государствах: Постановление Правительства РФ от 27.06.2005 № 401 (ред. от 07.11.2020) // СЗ РФ. – 04.07.2005. – № 27. – Ст. 2761.
5. Консульский устав Российской Федерации: Федеральный закон от 05.07.2010 № 154-ФЗ (ред. от 28.04.2023) // СЗ РФ. – 12.07.2010. – № 28. – Ст. 3554.

STRUCTURES FOR SUPPORT OF RUSSIAN BUSINESS ABROAD

V.A. Volotovskaya, Graduate Student
MGIMO University
 (Russia, Moscow)

***Abstract.** The functions and powers of Russian business support structures abroad are considered, their comparative analysis is carried out. The "ordinary" structures are singled out, the exclusive powers of which are recognized by international trade and diplomatic practice. The content of these powers remains unchanged precisely because of this recognition, despite the modernization of Russian "supporting" structures. On the contrary, many services that were previously offered exclusively by the Chamber of Commerce and Industry are now expanded and modernized as part of support measures from the REC and its constituent entities. Like the REC, trade missions also facilitate the promotion of Russian products, but at the level of a particular state. Also at the REC level, a number of instruments for financial support of Russian companies in foreign markets have been created. The conclusion is made about the special role of consular offices using means of diplomacy and having a number of exclusive powers in protecting the interests of Russian companies.*

***Keywords:** Russian business support, Russian export center, Chamber of Commerce and Industry, trade missions, consular offices.*

ИНСТРУМЕНТЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ОРГАНИЧЕСКОГО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА США

Д.Г. Галкин, канд. экон. наук, доцент
Алтайский государственный аграрный университет
(Russia, г. Барнаул)

DOI: 10.24412/2411-0450-2023-5-1-105-107

Аннотация. Исследование сосредоточено на изучении модели развития органического сельского хозяйства США и выявлении особенностей государственного регулирования сектора. Главным инструментом стимулирующей государственной политики органического сельского хозяйства США является программно-целевой подход на основе Национальной органической программы (NOP). Характеристика NOP и ряда программ второго порядка позволила выявить особенности органического сельского хозяйства США: (1) ориентировано на внутренний рынок, (2) использует программы NOP, OCCSP, EQIP, CRP в качестве инструмента стимулирующей политики, (3) сконцентрировано преимущественно в крупных организациях.

Ключевые слова: государственная поддержка, модель, органическое сельское хозяйство, программа, сертификация.

Главным инструментом развития органического сектора США являются государственные программы, которые разрабатывает и реализует Министерство сельского хозяйства США (USDA). Регулирование производства органической продукции осуществляется USDA на основе Национальной органической программы (National Organic Program – NOP), которая устанавливает и обеспечивает соблюдение единых национальных стандартов. NOP является федеральной нормативно-правовой базой. Основной миссией NOP является защита органической печати Министерства сельского хозяйства США. Печать используется для продуктов, соответствующих стандартам USDA, которые содержат не менее 95% органических ингредиентов [1].

Ключевые мероприятия NOP заключаются в следующем:

- поддерживать базу данных сертифицированных органических предприятий и помогать новым фермерам пройти сертификацию;
- разрабатывать правила и руководства по органическим стандартам;
- управлять национальным списком разрешенных и запрещенных веществ;

- аккредитовывать экономических агентов по сертификации производителей и переработчиков органических продуктов;

- обучать сертификационных экономических агентов, сотрудников Министерства сельского хозяйства США;

- популяризировать органическое сельское хозяйство;

- расследовать нарушения органических стандартов и привлекать нарушителей к ответственности [2].

Также USDA реализует ряд программ стимулирующих развитие органического сельского хозяйства.

1. Программа разделения затрат на органическую сертификацию (Organic Certification Cost Share Program – OCCSP) содержит две подпрограммы (1) Национальная программа разделения затрат на органическую сертификацию (National Organic Certification Cost Share Program – NOCCSP) и (2) Программа содействия маркетингу сельскохозяйственной продукции (Agricultural Management Assistance – AMA). С 2020 г. USDA FSA определило максимальную сумму возмещения затрат на сертификацию до 50% общей суммы затрат, но не более 500 долл. США на каждый вид сертифицируемой продукции [3]. До 2020 г. программа NOCCSP покрывала до 75% общих расходов на сер-

тификацию, но не более 750 долл. США на каждый вид продукции. Снижение размера компенсации затрат на сертификацию органической продукции объясняется необходимостью помощи большему количеству фермеров. Финансирование программы органической сертификации в 2021 г. составило 4 млн долл. США по программе NOCCSP и 1 млн долл. США по программе АМА. С 2022 г. финансирование по программе NOCCSP увеличено до 8 млн долл. США [4].

2. В рамках Программы стимулирования качества окружающей среды (Environmental Quality Incentives Program – EQIP), предоставляется финансовая и консультационная помощь фермерам, производящим органическую продукцию или заинтересованным в переходе на органическое сельское хозяйство. Помощь начинается с разработки плана сохранения окружающей среды содержащем методы и мероприятия. В дальнейшем платежи за реализуемые меры и методы по сохранению окружающей среды покрывают расходы, связанные с планированием, проектированием, материалами, оборудованием и обучением. EQIP может покрывать до 75% затрат на определенные меры и методы сохранения окружающей среды. При этом фермеры, ограниченные в ресурсах, имеют право на компенсацию 90% указанных в программе расходов. Эта же группа фермеров имеет право на 50% предоплату расходов, связанных с планированием, проектированием, материалами, оборудо-

ванием и обучением. Финансирование EQIP на 2021, 2022 и 2023 гг. составляет 1800, 1850 и 2250 млн долл. США соответственно [4].

3. Программа природоохранного резерва (Conservation Reserve Program – CRP) реализуется для сохранения и улучшения почвенного покрова, защиты качества воды и сохранения среды обитания диких животных. Фермеры, участвующие в CRP, в обмен на ежегодную арендную плату соглашаются изъять из оборота экологически чувствительные земли и улучшить их качество. Контракты на аренду земель, включенных в CRP, заключаются на срок от 10 до 15 лет. Финансирование CRP на 2022 и 2023 гг. составляет 1834 и 1904 млн долл. США соответственно [4].

4. Программа помощи при потере урожая незастрахованных сельскохозяйственных культур в случае стихийных бедствий (Noninsured Crop Assistance Program – NAP) направлена на повышение эффективности системы социальной защиты для тех, кто выращивает незастрахованные культуры (часто органические фермеры). В NAP отдельно указаны цены на органическую продукцию, используемые для расчета выплат. Это позволяет уравнивать права фермеров, производящих продукцию традиционным и органическим способами [5].

Основные критерии модели развития органического сельского хозяйства США представлены в таблице.

Таблица. Критерии и признаки органического сельского хозяйства в США

Критерий	Модель США
Ориентация на рынок	Внутренний рынок
Инициатива развития сектора	«Снизу-вверх», потребительский спрос
Мотивы развития сектора	Система ценностей, ценовой фактор
Сертификация производителей	Индивидуальная сертификация
Идея формирования сектора	Собственная идея

Модель развития органического сельского хозяйства США – это модель постоянного увеличения объемов спроса на органические продукты питания [1]. В органическом секторе США наблюдается концентрация производства. Значительную часть рынка занимает молоко и молочная

продукция. В производстве конечной органической продукции лидирует компания Danone, на которую приходится 4,2% розничных продаж. Преобладание на рынке крупных организаций типично для США [6] и сектор органического продовольствия не является исключением. Программы раз-

вития органического сельского хозяйства являются главным инструментом стимулирующей государственной политики. В рамках основных программ OCCSP, EQIP, CRP предполагается увеличение объемов

финансовой поддержки органических фермеров. Специфика сектора учитывается в общих программах развития отрасли, в том числе программах страхования и кредитования.

Библиографический список

1. Галкин Д. Зарубежные модели развития органического сельского хозяйства: сравнительный анализ // АПК: экономика, управление. – 2022. – №10. – С. 100-109.
2. Natural Resources Conservation Service – USDA. 2023. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nrcs.usda.gov/>.
3. Liang X. Addressing the Role of Climate Change in Agriculture and Mexico-US Immigration// *Alpenglow: Binghamton University Undergraduate Journal of Research and Creative Activity*. – 2021. – Vol. 7. – № 1. – P. 3.
4. NRCS program results. 2021. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nrcs.usda.gov/Internet/NRCS_RCA/reports/fb08_cp_eqip.html.
5. Коротких А. А. Органическое сельское хозяйство США // *Россия и Америка в XXI веке*. – 2020. – № 4. – С. 8. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rusus.jes.su/s207054760013404-1-1/>.
6. Кундиус В.А., Галкин Д.Г. Формирование и использование нематериальных активов в региональном экономическом кластере: монография – Барнаул: АЗБУКА, 2012. – 176 с.

US GOVERNMENT SUPPORT INSTRUMENTS FOR ORGANIC AGRICULTURE

D.G. Galkin, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*
Altai State Agrarian University
(Russia, Barnaul)

Abstract. *The study is focused on studying the US organic agriculture development model and identifying the features of state regulation of the sector. The main instrument of the stimulating state policy of organic agriculture in the United States is the program-targeted approach based on the National Organic Program (NOP). The characteristics of the NOP and a number of second-order programs made it possible to identify the features of US organic agriculture: (1) focused on the domestic market, (2) uses the NOP, OCCSP, EQIP, CRP programs as an incentive policy tool, (3) is concentrated mainly in large organizations.*

Keywords: *state support, model, organic agriculture, program, certification.*

МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЧЕСКОГО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА КИТАЯ

Д.Г. Галкин, канд. экон. наук, доцент
Алтайский государственный аграрный университет
(Россия, г. Барнаул)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-108-110

Аннотация. Органическое сельское хозяйство рассматривается некоторыми исследователями как неэффективный подход к производству продовольствия. Тем не менее, органические продукты питания и напитки являются быстро растущим сегментом рынка в мировой пищевой промышленности. Исследование сосредоточено на изучении опыта внешнеторгового взаимодействия Китая как импортёра органического продовольствия и выявлении особенностей китайской модели развития органического сельского хозяйства.

Ключевые слова: государственная политика, импорт, модель, органическое продовольствие, экспорт.

Китай является крупным импортером и экспортером органической продукции. В течение последних лет для органического сельского хозяйства Китая характерны высокие темпы роста [1]. В 1990 г. голландская организация SKAL впервые сертифицировала зеленый чай в провинции Чжэцзян как органический. В 1997-2003 гг. немецкое агентство по международному сотрудничеству и китайский центр разработки и сертификации органических продуктов питания (OFDC) реализовали проект «Развитие органического сельского хозяйства в бедных районах Китая», который помог создать плантацию органического чая в провинции Аньхой. В 2002 г. OFDC стал органом по сертификации органического продовольствия, аккредитованным Международной федерацией движений за органическое сельское хозяйство (IFOAM) [2]. Производство органической продукции в Китае осуществляется в соответствии с национальным стандартом GB/T 19630-2019, который в 2019 г. был пересмотрен для более интенсивного развития рынка. GB/T 19630-2019 во многом соответствует критериям IFOAM, включает требования японского стандарта JAS и американского стандарта NOP [2]. Таким образом, китайский стандарт разработан с ориентацией сектора на внешние рынки. Однако страны не признают GB/T 19630-2019 и китайские компании-экспортёры должны пройти сертификацию международного контрольного органа, например,

Ecocert, Ceres или Kiwa BCS [3]. Для компаний-импортеров действуют аналогичные правила, т.е. импортируемая в Китай органическая продукция должна быть сертифицирована OFDC.

В Китае существует три основные модели производства органической продукции:

1) крупные сельскохозяйственные организации арендуют земельные участки у фермеров и выращивают органическую продукцию;

2) с разрешения местных органов власти крупные сельскохозяйственные организации заключают с фермерами контракт на производство органической продукции;

3) фермеры создают ассоциацию для крупномасштабного производства органической продукции [4].

В 2020 г. объем рынка органической продукции в Китае составил 4,8 млрд долл. США. В отличие от других стран, которые в основном потребляют органические овощи и фрукты, на рынке органической продукции Китая преобладает молоко из-за его питательных свойств и предполагаемой пользы для иммунной системы. По данным USDA FAS основными производителями органического молока являются китайские компании Yili Industrial Group (доля рынка 28%) и Chinga Mengniu Dairy Co (доля рынка 13%). Продовольственный сектор Китая всё чаще сталкивается с кризисом доверия к продуктам питания, произведенным внутри страны [5]. Поэтому

потребители с высокими душевыми доходами делают выбор в пользу импортных продуктов. Спрос на органическое молоко и молочные продукты связан с местами производства, их локальными и экологическими характеристиками, которые подчеркивают территориальную специфичность молока, молочных продуктов и включают реальные и воображаемые качества окружающей среды. Растущий спрос на органические продукты питания стал главной предпосылкой инвестиций Китая в органические сельскохозяйственные угодья Австралии, обладающей наибольшей площадью органических земель в 2020 году (35678,8 тыс. га) [1]. В частности, в 2016 г. китайская компания Moon Lake Investments приобрела за 280 млн австралийских долл. одну из молочных компаний Австралии (Van Diemen's Land Company) с поголовьем 17890 коров и 7062 га сельскохозяйственных угодий. Маркетинговый слоган VAN Dairy в Ки-

тае: «Молоко из самого чистого места на земле» [6]. Пример является типичным для китайских инвесторов, стремящихся извлечь выгоду из реальных и воображаемых качеств австралийской молочной продукции [7].

В 2020 г. Китай импортировал: сухое и стерилизованное молоко, молочные продукты, детское питание и вино. Продукция поставлялась из Австралии, Нидерландов, Ирландии и США. Динамика и структура импорта органической продукции США представлены в таблице. Согласно данным FAS USDA импорт органической продукции США снижается. Основная импортируемая продукция в 2021 г.: уксус, яблоки, вишня и молоко. В структуре импорта с 2017 по 2021 гг. наибольшие изменения наблюдались по видам продукции: уксус и заменители (+55,82%), молоко (+5,86%), вишня свежая (+47,43%) и апельсины (-13%).

Таблица. Структура и динамика импорта органической продукции США в Китай (2017-2021 гг.) [8]

Вид продукции	2017 г.		2021 г.		Структурный сдвиг, %
	тыс. долл. США	структура, %	тыс. долл. США	Структура, %	
Уксус и заменители	0	–	2397	55,82	55,82
Яблоки свежие	609	10,88	675	15,72	4,84
Вишня свежая	3044	54,37	298	6,94	-47,43
Молоко	11	0,20	260	6,05	5,86
Томатный соус	55	0,98	208	4,84	3,86
Фруктовая заготовка	562	10,04	140	3,26	-6,78
Обжаренный кофе без кофеина	382	6,82	83	1,93	-4,89
Апельсины	728	13,00	0	–	-13,00
Прочее	208	3,71	233	5,43	1,71
Итого	5599	100	4294	100	–

Китай экспортирует в Японию, США, ЕС и Южную Корею жмых, овощи и сою. В 2020 г. ЕС оставался основным импортером китайской органической продукции (преимущественно жмых). Половина экспортируемой Китаем продукции направлялась в ЕС через Нидерланды и Германию. В 2020 г. снижение объема экспорта китайской органической продукции в ЕС составило 36%.

Модель развития органического сельского хозяйства Китая в значительной сте-

пени является экспортно-ориентированной. Об этом свидетельствуют основные модели производства органической продукции и китайский стандарт GB/T 19630-2019 во многом соответствующий требованиям японского стандарта JAS и американского стандарта NOP. Однако китайский стандарт не получил признания в мире. Это связано с недоверием потребителей к китайской органической продукции. Китай конкурирует с основными экспортёрами органической

продукции (Аргентина, Бразилия, Индия). Экспортируемая продукция: жмых, чай и соя. Основная импортируемая органическая продукция – сухое и стерилизованное

молоко. С 2020 г. органическое сельское хозяйство в Китае рассматривается как базовый элемент развития сельских районов по аналогии с моделью ЕС.

Библиографический список

1. The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends 2022. 2022. – 341 p. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1344-organic-world-2022_lr.pdf.
2. Donkers H. A Review of Organic Growth in China's Agricultural and Food Systems // The International Journal of Organic Agriculture Research and Development. – 2021. – Vol. 17. – № 1. – Pp. 126-157.
3. Галкин Д.Г. Нормативно-правовое регулирование производства продукции органического животноводства в России и ЕС // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2018. – № 11-1. – С. 63-66.
4. Zhao H., Chang J., Havlík P., van Dijk M., Valin H., Janssens C., Obersteiner M. China's future food demand and its implications for trade and environment // Nature Sustainability. – 2021. – Vol. 4. № 12. – Pp. 1042-1051.
5. Hanser A., Li J. C. Opting out? Gated consumption, infant formula and China's affluent urban consumers // The China Journal. – 2015. – №74. – P. 110-128.
6. Böhme M. «Milk from the purest place on earth»: examining Chinese investments in the Australian dairy sector // Agriculture and Human Values. – 2021. – Vol. 38. – №1. – P. 327-338.
7. Галкин Д.Г. Методические вопросы оценки функционирующих территориально-производственных кластеров // Вестник алтайской науки. – 2014. – № 2,3. – С. 197-201.
8. Global Agricultural Trade System. The Foreign Agricultural Service (FAS). USDA. 2022. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fas.usda.gov/commodities/organic-products>.

CHINA'S ORGANIC AGRICULTURE DEVELOPMENT MODEL

D.G. Galkin, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*
Altai State Agrarian University
(Russia, Barnaul)

Abstract. *Organic farming is seen by some researchers as an inefficient approach to food production. However, organic food and beverages are a rapidly growing market segment in the global food industry. The study is focused on studying the experience of China's foreign trade interaction as an importer of organic food and identifying the features of the Chinese model for the development of organic agriculture.*

Keywords: *government policy, import, model, organic food, export.*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ЗАРУБЕЖНЫХ И РОССИЙСКИХ ФУТБОЛЬНЫХ КЛУБОВ НИЗШИХ ДИВИЗИОНОВ С ВЫСОКИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ

А.К. Гаспарян, магистрант

Научный руководитель: *О.Н. Левшина*, д-р экон. наук, профессор

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

(Россия, г. Москва)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-111-121

Аннотация. В футболе существует немало примеров клубов, которые смогли из низших дивизионов подняться в «элиту» и даже стать чемпионами в своей стране, а также сравнительно неплохо выступить на европейской арене. Они добивались такого результата за счет грамотного управления директорами клубов финансами, человеческими ресурсами и т.д. В данной статье предпринята попытка исследовать феномен таких команд, его особенности и проведен анализ, как последние этого добились.

Ключевые слова: футбол, стратегия, лига/дивизион, футбольный клуб, доход, конкуренция.

Дискуссия о стратегическом конкурентном анализе в профессиональном командном спорте обширна. Его истоки лежат в американских профессиональных лигах, где распределение доходов стало распространённым механизмом поддержания конкурентного баланса. Европейская модель профессионального командного спорта несколько отличается, хотя обе модели (европейская и североамериканская) учитывают важность конкурентного баланса в своей структуре и последствия, которые он может иметь для спроса на «продукт». Аналогичная схема стратегического развития футбольных клубов отмечена и в российском футболе. Действительно, в отношении успешных спортивных лиг Л.Ф. Грут заявил, что «каждый конкурент имеет неотъемлемый интерес в поддержании здоровья своих соперников». Потенциальным следствием является то, что чрезмерно несбалансированная конкуренция может негативно повлиять на интерес болельщиков и, следовательно, на спрос.

Исследования.

Существует ряд исследований, посвященных АСВ, причем значительная часть исследований сосредоточена на спортивных лигах Северной Америки [1]. В последние годы появилось несколько иссле-

дований, посвященных стратегическому анализу в профессиональных командных видах спорта в Европе, прежде всего, в футболе, но иногда и в других видах спорта, таких как регби [2].

Что касается профессионального футбола, предыдущие исследования, посвященные изучению соревновательного баланса, почти полностью сосредоточены на так называемой «большой пятерке» лиг (Англия, Франция, Германия, Италия и Испания) с небольшим количеством работ, посвященных более мелким лигам, таким как Австрия и Швейцария [3]. Помимо этих работ, похоже, что футбольным лигам в других европейских странах уделялось мало внимания [4].

В данном исследовании представлен обновленный анализ стратегий развития в низших лигах «большой пятерки» в Европе, и расширено поле данных с использованием продольного и сравнительного подходов к анализу данных. Кроме того, здесь также рассмотрена российская практика вышеуказанных данных. В европейском профессиональном футболе прошлые данные (табл. 1) представляют собой убедительную картину относительно конкуренции между командами в топ-лигах.

Таблица 1. Конкурентный анализ европейских и российских лиг предшественниками.

Авторы	Исследованные лиги	Временные рамки для анализа	Показатели КБ
Koning (2000) [5]	Первый дивизион Нидерландов	1970-2000	Стандартное отклонение очков, коэффициенты концентрации
Szymanski (2001) [6]	Английский первый дивизион	1978-1998	Коэффициент дисперсии (CV), стандартное отклонение процентов побед
Michie and Oughton (2004) [7]	Французский, английский, итальянский, немецкий и испанский первые дивизионы	1948-2004	Стандартное отклонение процента побед, коэффициент концентрации пяти клубов (индекс C5), индекс соревновательного баланса Херфиндаля (HICB), кривая сезонного баланса Лоренца (LSBC)
Goossens (2006) [8]	Бельгийский, датский, французский, английский, итальянский, немецкий, греческий, голландский, португальский, шведский и испанский первые дивизионы	1964-2005	Процент побед, коэффициент концентрации трех клубов (индекс C3), кривая сезонного баланса Лоренца (LSBC)
Ramchandani (2012) [9]	Английская премьер-лига	1992-2010	Межквартильный размах (IQR), разрыв между верхним и нижним квартилями (TBQ), коэффициент дисперсии (CV), коэффициент концентрации верхних 25% (C25%), коэффициент концентрации верхних 50% (C50%), индекс Хиршмана-Герфиндаля (HHI)
Montes et al. (2014) [10]	Немецкий, испанский, итальянский, французский, голландский, португальский, шотландский, швейцарский и российский первые дивизионы	1929-2012	Стандартное отклонение баллов, индекс Джини, тест Монте-Карло
Groot (2018) [11]	Французский, английский, итальянский, немецкий, голландский и испанский первые дивизионы	1946-2006	Стандартное отклонение очков, индекс неожиданности, коэффициенты концентрации трех лучших и трех низших клубов, индекс превосходства

Так, ряд исследований не выявил существенных изменений в конкурентном балансе в европейских лигах, включая первый дивизион Германии, Франции и Испании (Goossens, 2006), первый дивизион Франции и Испании (Groot, 2018), первый дивизион Нидерландов (Koning, 2000), первый дивизион Франции (Michie and Oughton, 2004) и первый дивизион Англии (Szymanski, 2001). Другие сообщают о снижении конкурентного баланса в некоторых лигах, включая английский и итальянский первые дивизионы (Goossens, 2006), английский, немецкий, итальянский и голландский первые дивизионы (Groot, 2018) и испанский первый дивизион (Montes, et al., 2014).

Вышеуказанная литература посвящена исключительно первым дивизионам соответствующих лиг. Пламли и соавторы (2017) оценили состояние конкурентного баланса во всей системе английских фут-

больных лиг (четыре основные профессиональные лиги): авторы обнаружили снижение конкурентного баланса в England Premier League (EPL) с течением времени и пришли к выводу, что EPL в целом менее сбалансирована по сравнению с низшими дивизионами Футбольной лиги, на что отчасти влияет финансовое неравенство между командами в EPL и Футбольной лиге [12]. Другое исследование Пламли и Флинта (2015), в котором рассматривался конкурентный баланс групповых этапов Лиги чемпионов УЕФА, выявило недостатки в системе ранжирования и посева, используемой УЕФА, и показало, что исторически на групповых этапах Лиги чемпионов наблюдался конкурентный дисбаланс. Более того, они утверждают, что система отбора продолжает приносить пользу «большим» клубам Европы и предоставляет им больше возможностей для выхода в плей-офф соревнования. Здесь стоит

отметить, что выход в плей-офф этого соревнования представляет собой прибыльный поток доходов для клубов, что, в свою очередь, обеспечивает им финансовое преимущество перед конкурентами в их соответствующих внутренних лигах, которое можно было бы потратить на повышение таланта игроков в своих командах.

Контраст в этих исследованиях также отражает более широкие проблемы, связанные с изучением конкурентного баланса. Как утверждает Павловски (2015), эмпирические данные могут быть «неправильными», потому что прокси, используемые для измерения конкурентного баланса, неадекватны [13].

Действительно, проблема измерения конкурентного баланса в спортивной лиге привлекла значительное внимание в академической литературе по экономике спорта в последние годы. Более того, измерение конкурентного баланса в спортивной лиге имеет долгую историю конкурирующих методов [14]. Исследователи применяли несколько мер концентрации или неравенства, некоторые из которых были заимствованы из промышленной экономики, к коэффициенту побед спортивных команд или данным об очках лиги. Существует множество индексов, предложенных и используемых для измерения стратегического развития лиг и команд, ряд из которых можно найти в текстах Грута (2018) и Мичи и Оутон (2004). Также ряд исследований показал, что конкурентный баланс не так важен, как предполагалось в предыдущих исследованиях [15]. Однако в этих работах больше внимания уделяется анализу конкурентного баланса в сравнении с концепцией *uncertainty of outcome hypothesis* (УОН) и посещаемостью болельщиков.

Действительно, в последние годы европейский руководящий орган этого вида спорта (УЕФА) подчеркивал, что конкурентный баланс является наиболее важной задачей для стратегического развития европейского футбола на ближайшие несколько лет. Этот вопрос также послужил движущей силой для введения в 2011 году правил финансового *fair play*, которые были направлены на создание более «равно-

го» игрового поля в европейском футболе путем поощрения клубов тратить по средствам. Это подчеркивает актуальность данной темы с практической точки зрения при рассмотрении АСВ с течением времени.

В данном случае можно различать два аспекта конкурентного баланса, которые литература по АСВ стремится измерить – уровень концентрации и уровень доминирования. Первый из них относится к степени близости между командами в лиге в течение сезона, тогда как второй рассматривает степень, в которой одни и те же команды последовательно достигают вех, таких как победа в лиге, в течение нескольких сезонов. Существенное различие между этими двумя понятиями заключается в том, что идентичность команды не имеет значения для показателей концентрации, но имеет значение для показателей доминирования.

Лига с меньшим количеством различных обладателей титула в течение длительного периода времени предполагает, что у них более высокий уровень доминирования в лиге. Так, Бузакки и соавторы (2019, с. 174) утверждают, что «болельщикам важен баланс в том смысле, что они хотят иметь разумную перспективу того, что победители будут время от времени меняться (хотя их также может волновать дисперсия успеха команд в течение сезона)» [16]. Они проанализировали количество команд, имеющих самый высокий процент побед, в регулярном сезоне Major League Baseball (MLB), National Football League (NFL) и National Hockey League (NHL), а также количество команд, выигравших чемпионат лиги в футболе в Англии, Италии и Бельгии в период с 1950 по 1999 годы, и обнаружили, что открытые лиги в целом менее сбалансированы, чем закрытые лиги. Шимански и Куйперс (2019) также представили данные по английскому и шотландскому футболу за период с 1946/47 по 1997/98 годы, показав, что в Англии за это время было шестнадцать различных чемпионов, в то время как в Шотландии за тот же период было восемь. Это означает, что в два раза боль-

ше команд выиграли титул чемпиона в Англии по сравнению с Шотландией [17].

Другие исследователи пытались изучить идентичность доминирующих команд в попытке объяснить, почему происходят изменения в конкурентном балансе. Курран, Дженнингс и Седжвик (2019) сформулировали «Индекс Топ-4», подсчитав количество случаев, когда каждая команда заканчивала сезон в лиге на первых четырех местах, суммировав показатели четырех команд с наибольшим количеством случаев и выразив общее количество, как долю от общего числа доступных мест за период измерения [18]. Они рассчитали значения для высшей лиги профессионального футбола Англии с сезона 1948/49 по сезон 2007/08 (включительно) и для десятилетних интервалов. Их выводы свидетельствуют о том, что конкурентный баланс в английской высшей лиге снизился, и лига находится под угрозой превращения в монополию немногих.

Клубы и их способы повышения эффективности деятельности.

В связи с факторами, ограничивающими рост доходов в день матча, и незначительным влиянием на рост доходов от трансляций, клубы ищут новые возможности монетизации имиджа своего бренда, чтобы диверсифицировать свои коммерческие потоки доходов или начать сотрудничество с еще неохваченной целевой группой. Например, недавно разбогатевшая команда Пари Сен-Жермен (ПСЖ) выпустила совместную одежду и обувь с американским брендом Air Jordan, ассоциирующимся с сильным баскетболом, с участием легенды баскетбола М. Джордана. Сотрудничество было инициировано благодаря бывшей коллекции Неймара от Air Jordan. Совместный проект, включающий футбольные и баскетбольные футболки и бутсы, дает возможность обеим сторонам охватить еще неохваченные целевые группы в новых географических регионах. Нашумевшие в социальных сетях суперзвезды К. Мбаппе и Неймар также являются сильными индивидуальными брендами, что еще больше помогает ПСЖ выйти на североамериканский спортивный рынок и имеет большой потребительский потенциал с этим брен-

дом стиля жизни [19]. Кроме того, ПСЖ также запустил собственную криптовалюту, которая позволяет болельщикам покупать акции и права голоса с помощью валюты на основе блочной цепи. Из-за давления финансового fair play УЕФА ПСЖ надеется стать менее зависимым от денег инвесторов [20].

«Тоттенхэм Хотспурс» – еще один клуб, который использует сотрудничество для выхода на североамериканский спортивный рынок. Он подписал десятилетний контракт на проведение не менее двух игр Национальной Футбольной Лиги (НФЛ) в год на своем новом современном стадионе. НФЛ – самый финансово сильный вид спорта с доходами около 13 млрд. долл. в год, поэтому «Тоттенхэм» стремится использовать коммерческий опыт клубов НФЛ. И если другие клубы по отдельности пытаются набрать обороты на высококонкурентном рынке, то «Тоттенхэм» имеет сильного партнера на стороне [21].

Следующие проекты служат примером трех подходов к дифференциации на пути к конкурентному преимуществу в европейском футболе высшего класса. Другими клубами со значительной репутацией и интересной финансовой поддержкой являются ФК «Реал Мадрид», ФК «Интернационале Мильяно», ФК «Челси» и ФК «РБ Лейпциг». Причем последняя вызывает наибольший интерес из-за своего спонсора – «Ред Булл».

В последние годы немецкие клубы отстают в спортивном успехе и финансовой конкурентоспособности от других четырех основных футбольных лиг Европы. Однако Rasen Ballsport (RB) Leipzig ворвался на немецкий футбольный рынок в качестве нового и конкурентоспособного игрока. Это проект, который был основан производителем энергетических напитков Red Bull. Руководство нашло способы ловко играть с границами немецкого правила владения 50+1. Это правило, которое не позволяет инвесторам иметь большинство прав голоса в клубе и дает возможность сохранять уникальную футбольную культуру Германии. Такие факторы, как идентификация расширения маркетинговой концепции на массовую аудиторию, четко

сформулированное ценностное предложение и сильное конкурентное преимущество, стали решающими для долгосрочной конкурентоспособности в современном деловом мире. Red Bull использовал эти факторы в сочетании с обширной спонсорской деятельностью в спорте, чтобы создать сильный бренд с узнаваемыми образцами и ценностями для своего спортивного бизнеса [22].

Если спортивные мероприятия, проводимые по собственной инициативе, и спонсорство спортсменов, занимающихся экстремальными видами спорта, были нацелены только на довольно узкую группу, то Red Bull шагнул в гораздо более широкий целевой вид спорта – футбол. В 2005 году компания по производству энергетических напитков приобрела футбольный клуб SV Austria Salzburg. Он был переименован в Red Bull Salzburg. Не было сделано никаких компромиссов, чтобы создать новое, успешное наследие клуба. Болельщики были благодарны «Red Bull» за его участие вначале, поскольку клуб ранее испытывал финансовые трудности. Однако, когда Red Bull заявил, что он не только сменит руководство, но и цвета формы клуба с фиолетового на легендарные желто-синие, большинство болельщиков покинули клуб, который, в принципе, имел богатые традиции. Однако новые финансовые возможности позволили «РБ Зальцбург» быстро стать доминирующей командой, выиграв шесть титулов чемпиона страны подряд. В 2006 году Red Bull приобрел еще один футбольный клуб в Нью-Йорке, США. «РБ Нью-Йорк» до сих пор так и не стал чемпионом внутренней лиги, несмотря на подписание игроков мирового класса, таких как бывший чемпион мира Т. Анри. Однако это приобретение позволило повысить узнаваемость бренда в США, которые, по словам генерального директора Матешича, были сложным рынком для выхода на него. После стратегического партнерства с ФК «Лиферинг», который стал фарм-командой «РБ Зальцбург», предоставляя талантам достаточно игрового времени на высшем уровне, Ред Булл основал в 2009 году в Германии «Расен Боллспорт Лейпциг». После приобретения

команд в Австрии и США это означало выход на три самых конкурентных футбольных рынка Европы по стандартам УЕФА [23].

На российском футбольном рынке также присутствуют уникальные проекты с точки зрения стратегического развития: ФК «Краснодар» и ФК «Чертаново».

Основателем южного клуба стал предприниматель С. Галицкий, который с нуля построил стадион и футбольную академию. Новый стадион для команды российской Премьер-лиги ФК «Краснодар» был спроектирован как чисто футбольный стадион на 33 000 зрителей в соответствии с требованиями УЕФА. В основе концепции дизайна лежат геометрические формы, сдержанная цветовая палитра, новейшие технологические изобретения и передовые материалы. Одна из перспективных команд, ФК «Краснодар», делает ставку на российских игроков. Но основатель клуба миллиардер, С. Галицкий, говорит, что хочет, чтобы в составе «Краснодара» играли в основном выпускники здешней молодежной академии клуба. С. Галицкий стремится не только добиться успеха для «Краснодара», но и возродить российский футбол, изменив подход к игре и строя ее снизу вверх. С. Галицкий продал большую часть своей доли в розничной сети государственному банку ВТБ за 2,5 млрд долл и заявил, что будет способствовать росту своей любви к футболу на молодежном уровне. За десять лет своего существования «Краснодар» еще не выигрывал чемпионат России, но показал многообещающие результаты на поле, выйдя в последний 16-й тур Лиги Европы в 2017 году.

В последние годы клуб «Чертаново» (год создания: 1976), чья стратегия направлена на формирование, прогрессирует и может быть добавлен в этот длинный список московских команд, развивающихся в элите российского футбола. Клуб стартовал в 3-м российском дивизионе, но уже в первый год был понижен до 4-го дивизиона, в дальнейшем клуб не поднимался и потерял свой профессиональный статус в 1997 году, и продолжил долгие годы выступать в любительском дивизионе. Однако в клубе происходит прогрессивная эво-

люция, которая также демонстрируется на национальном уровне с игроками в составе молодежной сборной России. «Чертаново» по-прежнему не является профессиональным клубом. Клуб имеет возможность участвовать в трансферных операциях и заключать профессиональные контракты. И это событие для российского футбола, потому что до появления «Чертаново» в высшем дивизионе российского футбола могли участвовать только профессиональ-

ные клубы. Маленькая революция, которая может дать идеи другим структурам.

Конкурентный баланс внутри лиг большой пятерки.

Основываясь на различиях, проведенных в литературе по АСВ, были изучены:

1) уровень концентрации внутри и между «большой пятеркой» европейских футбольных лиг;

2) уровень доминирования в каждой лиге с течением времени (табл. 2).

Таблица 2. Сравнение размеров лиг

Страна	Лига	Период	Число сезонов	Число команд
Англия	EPL	1999/00 - 2020/21	22	20
Германия	Bundesliga	1999/00 - 2020/21	22	18
Испания	La Liga	1999/00 - 2000/01	2	22
		2001/02 - 2020/21	20	20
Италия	Serie A	1999/00 - 2007/08	9	18
		2008/09 - 2020/21	13	20
Франция	Ligue 1	1999/00 - 2000/01	2	20
		2001/02 - 2005/06	5	18
		2006/07 - 2020/21	15	20

Далее подробно описаны показатели, которые использовались.

Анализ показывает свидетельства снижения общего конкурентного баланса (измеренного с помощью H-Index of Competitive Balance (HICB)) в четырех из «большой пятерки» европейских футбольных лиг (за исключением Италии) за последние два десятилетия и, что более существенно, с момента появления при-

быльных пакетов прав на вещание в середине 1990-х годов, которые увеличили доходы клубов (рис. 1). Очевидное снижение общего конкурентного баланса лиги с течением времени, особенно в случае Ла Лиги (рис. 2, 3), противоречит фундаментальной предпосылке спортивной лиги в плане «совместного» характера производства и требования конкуренции внутри лиг.

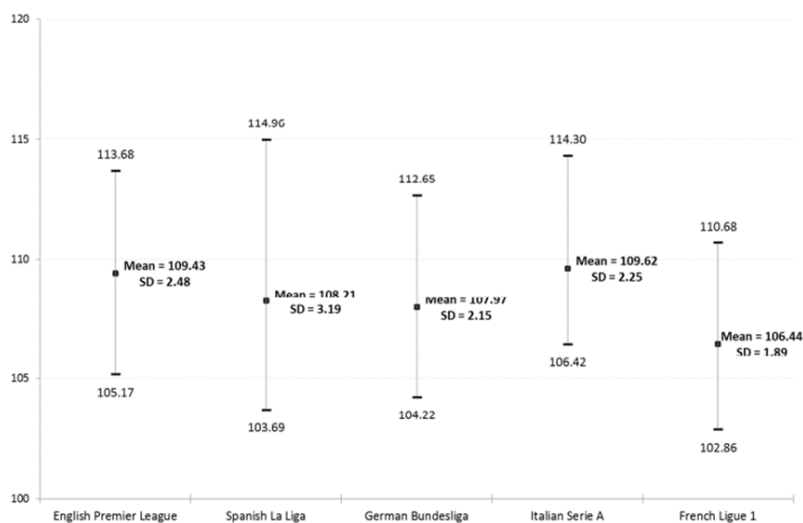


Рис. 1. Показатели HICB по странам/лигам

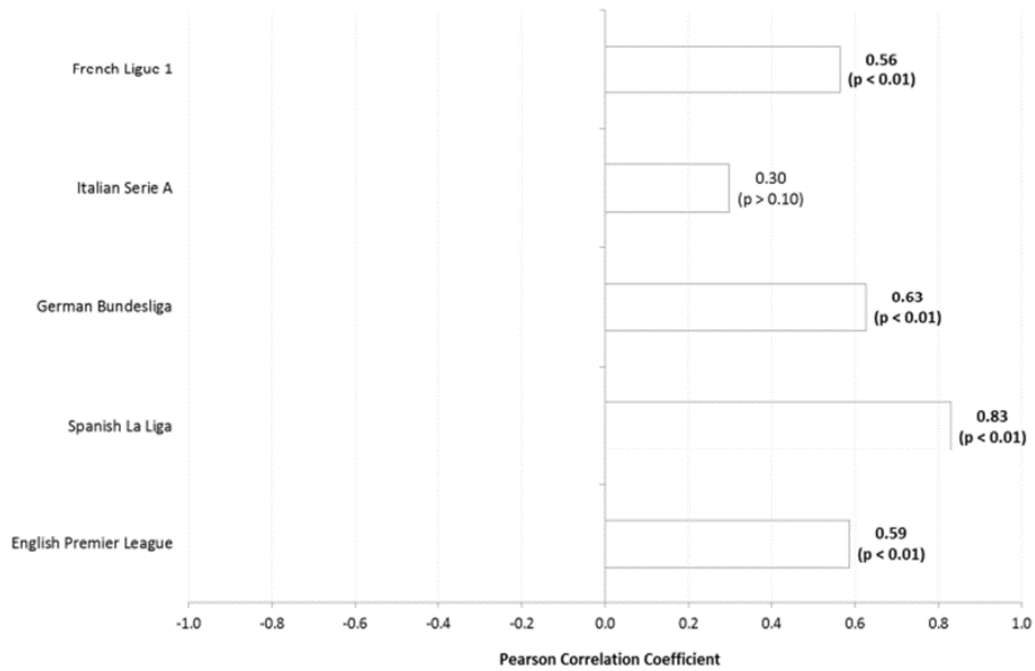


Рис. 2. Коэффициент корреляции Пирсона по странам/лигам для оценок НСВ

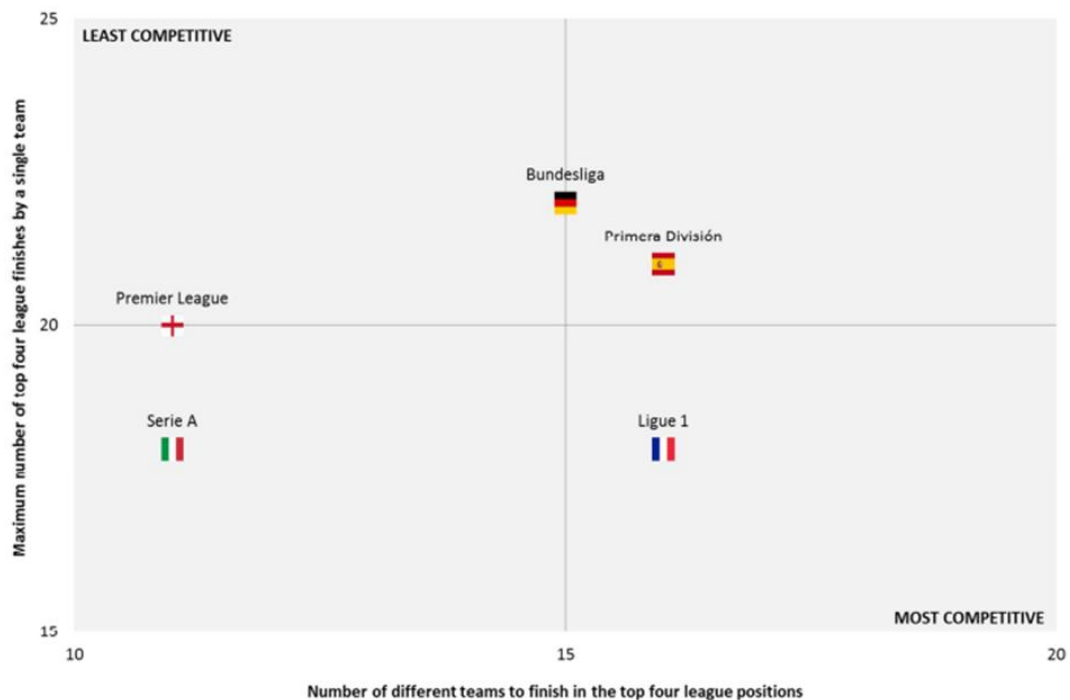


Рис. 3. Доминирование в четырех верхних позициях по странам/лигам

Исторически сложилось так, что два крупнейших испанских клуба, Барселона и Реал Мадрид, монополизировали сделки по продаже телевизионных прав для лиги путем индивидуальной продажи прав. Это на одном из этапов в последние годы привело к тому, что они получили почти половину общей стоимости прав только для себя [24]. Такой перекоп в распределении доходов может повлиять на общий конкурентный баланс самой лиги, что подтвер-

ждают наши результаты. В будущем будет интересно посмотреть, сможет ли переход к более коллективному соглашению о вещании между всеми клубами в какой-то мере исправить баланс в Ла Лиге. В сравнении с научной литературой, изучающей тенденции в конкурентном балансе в отдельных лигах с течением времени, наше исследование дает следующие выводы:

- Для Англии наши результаты отличаются от результатов Шимански (2001), ко-

торый не обнаружил существенных изменений в конкурентном балансе в английском первом дивизионе в период 1978-1998 годов; но согласуются с результатами Гузенса (2006), Рамчандани (2012) и Пламли и соавторов (2017), которые сообщили о снижении конкурентного баланса в английском первом дивизионе в различные периоды времени.

- Для Германии наши результаты отличаются от результатов Гузенса (2006), который не обнаружил существенных изменений в конкурентном балансе в немецком первом дивизионе в период 1964-2005 годов; но согласуются с результатами Грута (2018), который сообщил о снижении конкурентного баланса в этой лиге в период 1946-2006 годов.

- Для Испании наши результаты отличаются от данных Грута (2018), который не обнаружил значительных изменений в конкурентном балансе в первом дивизионе Испании в период 1946-2006 годов; но согласуются с результатами исследования Монтеса и соавторов (2014), которые сообщили о снижении конкурентного баланса в этой лиге в период 1929-2012 годов.

- Для Франции наши результаты отличаются от данных Гузенса (2006), Грута (2008) и Мичи и Оутона (2004), которые сообщили об отсутствии значительных изменений в конкурентном балансе во французском первом дивизионе за различные периоды времени.

- Для Италии наши результаты противоречат предыдущим исследованиям, которые говорят о снижении конкурентного баланса в итальянском первом дивизионе.

Противоречивые выводы в этом отношении могут быть объяснены сочетанием ряда факторов, включая различия в исследуемых временных периодах и выбор показателей конкурентного баланса, используемых различными исследователями. При сравнении конкурентного баланса между лигами с помощью показателя НИСВ выявились некоторые статистически значимые различия между лигами. В частности, мы обнаружили, что конкурентный баланс в высшем эшелоне французского футбола в целом лучше, чем в соответствующих дивизионах Англии и Италии (см. рис. 3).

Лига 1 также оказалась более сбалансированной по сравнению с Серией А, если рассматривать уровень конкуренции за выживание (рис. 1). Более того, в Лиге 1 доминирует больше команд по сравнению с другими рассмотренными лигами (рис. 1). Эти результаты согласуются с предыдущим исследованием Рамчандани (2012), который, используя альтернативные меры, обнаружил, что в 2010 году самой конкурентоспособной футбольной лигой высшего дивизиона в Европе была Франция, которая постоянно оказывалась на вершине рейтинга конкурентного баланса. Однако этот вывод был сделан на основе одного сезона.

Используя продольный анализ, наши результаты подтверждают эти статичные данные «в один момент времени». Здесь стоит рассмотреть профиль доходов клубов и лиг. Футбольный клуб получает доход из трех основных источников: доходы от матчей (от продажи билетов), коммерческие доходы (от спонсорских сделок) и доходы от вещания (от телекомпаний). Первые два из них являются заработанными доходами (например, клуб имеет конечный контроль над их получением), а последний (доход от вещания) – незаработанным (например, клуб не контролирует стоимость телевизионных сделок и последующие выплаты клубам).

Поэтому в контексте наших результатов важно рассмотреть характер сделок по трансляциям (и то, как они распределяются между клубами «большой пятерки» лиг) в связи с тем, что клубы могут использовать эти деньги для инвестиций в талантливых игроков. Франция имеет самый низкий общий доход для всех клубов (1,49 млрд. евро) и самую низкую сделку по трансляции (0,66 млрд. евро) среди всех пяти лиг. Англия имеет самый высокий общий доход и самую высокую сумму сделки по трансляции (4,87 млрд. евро и 2,58 млрд. евро соответственно). Механизм распределения платы за трансляцию в EPL является одним из самых равных в Европе, но у топ-клубов все же есть возможность получать больше доходов от телевидения за счет сочетания места, которое они занимают в лиге, и количества прямых транс-

ляций на телевидении. Следовательно, тот факт, что EPL также получает самые высокие доходы от телевидения в целом (что, в свою очередь, увеличивает доходы отдельных клубов), может в некоторой степени объяснить, почему в этой лиге за исследуемый период времени произошло снижение конкурентного баланса в прямом сравнении с французской лигой. Тем не менее, мы не проводили эмпирического тестирования конкурентного баланса в сравнении с телевизионными сделками и подпиской, поэтому важно не обобщать и признать, что существуют и другие потенциальные факторы.

Более того, было высказано предположение, что изменения в конкурентном балансе в национальных футбольных лигах связаны с увеличением стоимости выплат от общеевропейских соревнований, таких как Лига чемпионов УЕФА, что означает, что текущие европейские соревнования, в которых участвуют ведущие клубы, также обеспечивают им конкурентное финансовое преимущество в их собственной внутренней лиге по сравнению с теми клубами, которые не участвуют в европейских соревнованиях. Таким образом, логичной рекомендацией организаторам лиг, основанной на данных литературы, будет пересмотр соответствующих систем распределения трансляций с целью сделать их более равными и соответствующими соглашениям о разделе доходов, существующим в профессиональном спорте США.

Другим, более спорным предложением было бы изменение правил, касающихся трансферных гонораров, заработной платы игроков и/или количества и стоимости коммерческих сделок, которые может подписать отдельный клуб. В настоящее время в каждой лиге существует определенное количество клубов, которые имеют возможность заключать более выгодные коммерческие сделки, чем их соперники, что еще больше нарушает баланс доходов.

Библиографический список

1. Mills B., Fort R. League-level attendance and outcome uncertainty in US pro sports leagues // *Economic Inquiry*. – 2014. – Vol. 52, № 1. – Pp. 205-218.
2. Williams P. Any given Saturday: competitive balance in elite English rugby union // *Managing Leisure*. – 2018. – Vol. 17, № 2-3. – Pp. 88-106.

Третьим вариантом может стать ограничение цен на билеты на определенном уровне или введение единой платы за билеты для всех, чтобы сократить разрыв в доходах между клубами. Единственным отличительным фактором в этом случае будет размер стадиона соответствующего клуба, при этом стадион большей вместимости сохранит возможность зарабатывать больше денег на сборах, хотя взимание фиксированной платы по всей лиге все равно в определенной степени сведет на нет финансовый разрыв в отношении продаж билетов.

Заключение.

Однако практическая проблема с этими рекомендациями заключается в том, что, учитывая контекст отрасли, организаторы лиг могут даже не думать, что у них есть проблема, которую нужно решать. Проще говоря, несмотря на статистические данные, свидетельствующие об умеренном снижении соревновательного баланса с течением времени, сами лиги и большинство клубов, входящих в их состав, демонстрируют самые высокие показатели доходов за все время существования лиг, что обусловлено, прежде всего, увеличением объемов трансляций в последние годы. Пока это остается в силе, можно предположить, что нет никаких реальных причин менять или оспаривать статус-кво. Однако, если в следующем цикле число сделок с трансляциями сократится, это может стать практической проблемой для лиг и их клубов-участников. Учитывая, что наш анализ охватывает два десятилетия и согласуется с предыдущими исследованиями более раннего периода, есть четкие доказательства того, что конкурентный баланс в ряде ведущих европейских лиг снижается, и эти выводы важны, учитывая директиву УЕФА о том, что конкурентный баланс является ключевой задачей для отрасли в будущем.

3. Pawlowski T., and Nalbantis G. Competition format, championship uncertainty and stadium attendance in European football—a small league perspective // *Applied Economics*. – 2015. – Vol. 47, № 38. – Pp. 4128-4139.
4. Ramchandani, G. Competitiveness of the English Premier League (1992-2010) and ten European football leagues (2010) // *International Journal of Performance Analysis in Sport*. – 2012. – Vol. 12. – Pp. 346-360.
5. Koning R. H. Balance and competition in Dutch soccer // *The Statistician*. – 2000. – Vol. 49, № 3. – Pp. 419-431.
6. Szymanski, S. Income equality, competitive balance and the attractiveness of team sports: some evidence and a natural experiment from English soccer // *The Economic Journal*. – 2001. – Vol. 111 № 469. – Pp. 69-84.
7. Mitchie, J. and Oughton, C. Competitive balance in football: Trends and effects. (Research paper 2004 № 2). – London: University of London, Football Governance Research Centre. – 2004.
8. Goossens, K. Competitive balance in European football: comparison by adapting measures: national measure of seasonal imbalance and top 3 // *Rivista di Diritto ed Economia dello Sport*. – 2006. – Vol. 2 № 2. – Pp. 77-122.
9. Ramchandani, G. Competitiveness of the English Premier League (1992-2010) and ten European football leagues (2010) // *International Journal of Performance Analysis in Sport*. – 2012. – Vol. 12. – Pp. 346-360.
10. Montes, F., Sala-Garrido, R. and Usai, A. The lack of balance in the Spanish first division football league // *European Sport Management Quarterly*. – 2014. – Vol. 14 № 3. – Pp. 282-298.
11. Groot L. F. M. (2018), *Economics, uncertainty and European football: trends in competitive balance*, Cheltenham, Edward Elgar.
12. Plumley, D., Ramchandani, G. and Wilson, R. (2017), "Mind the gap: an analysis of competitive balance in the English Football League system", *International Journal of Sport Management and Marketing*, (in press).
13. Pawlowski, T., and Nalbantis, G. Competition format, championship uncertainty and stadium attendance in European football—a small league perspective // *Applied Economics*. – 2015. – Vol. 47 № 38. – Pp. 4128-4139.
14. Martinez, M. and Willner, J. Competitive balance and consumer demand in the English football league // *Applied Finance and Accounting*. – 2017. – Vol. 3 № 2. – P. 49-60.
15. Andreff W., Scelles N. Walter C. Neale fifty years after: Beyond competitive balance, the league standing effect tested with French football data // *Journal of Sports Economics*. – 2015. – Vol. 16 № 8. – Pp. 819-834.
16. Buzzacchi, L., Szymanski, S. and Valetti, T.M. Equality of opportunity and equality of outcome: open leagues, closed leagues and competitive balance // *Journal of Industry, Competition and Trade*. – 2019. – Vol. 3, № 3. – Pp. 167-186.
17. Szymanski, S. and Kuypers, T. *Winners and Losers*. – London: Viking, 2019.
18. Curran J., Jennings I., Sedgwick J. Competitive balance in the top level of English football, 1948-2008: an absent principle and a forgotten ideal // *The International Journal of the History of Sport*. – 2019. – Vol. 26 № 11. – Pp. 1735-1747.
19. Ajadi T., Burton Z., Dwyer M., Hammond T., Ross C. *Deloitte Football Money League*. – 2020. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/deloittefootball-money-league.html>.
20. Dodson, A. (2018). *Jordan Brand moves from the court to the pitch with Paris Saint-Germain*. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://theundefeated.com/features/jordan-brand-moves-from-the-court-to-the-pitch-with-paris-saint-german/>.
21. Connelly, T. (2017). *How Tottenham Hotspur are using their NFL partnership to revolutionise the club* // *The Drum*. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://www.thedrum.com/news/2017/02/03/how-tottenhamhotspur-are-using-their-nfl-partnership-revolutionise-the-club>.

22. Boor, S., Hanson, C., & Ross, C. (2018). Deloitte Football Money League 2018, Rising stars. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.deloitte.co.uk/sportsbusinessgroup.

23. Rieke, C. (2017). Millionen für den Erfolg von RB: Lohnt sich das Leipzig-Projekt für Red Bull? - n-tv.de. NTV. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.n-tv.de/wirtschaft/Lohnt-sich-das-Leipzig-Projekt-fuer-Red-Bull-article19847693.html>.

24. Deloitte (2020). Annual review of football finance: ahead of the curve. Manchester, Sport Business Group.

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF THE STRATEGY OF FOREIGN AND RUSSIAN FOOTBALL CLUBS OF THE LOWER DIVISIONS WITH HIGH RESULTS

A.K. Gasparyan, *Graduate Student*

Supervisor: *O.N. Levshina, Doctor of Economic Sciences, Professor*

**The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
(Russia, Moscow)**

***Abstract.** In football, there are quite a few examples of clubs that were able to rise from the lower divisions to the "elite" and even become champions of their countries, as well as perform well on the European stage. They achieved this result due to the competent management of the club's directors with finances, human resources, etc. This article attempts to explore the phenomenon of such teams, its features and analyzes how the latter have achieved this.*

***Keywords:** football, strategy, league/division, football club, income, competition.*

РЕФОРМИРОВАНИЕ ПОДПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ МАРКЕТИНГА ОРГАНИЗАЦИИ

Б.Н. Герасимов, *д-р экон. наук, профессор*
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
(Россия, г. Самара)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-122-129

Аннотация. Процесс управления маркетингом является деятельностью, направленной для привлечения потребителей и повышения продаж на основе эффективной информации о продукции или услугах организации. Анализ текущего состояния подпроцесса управления качеством маркетинга организации выявило слабые стороны его функционирования. Подготовка и рассмотрение предложений для улучшения качества маркетинговой деятельности позволит устранить недостатки в информировании потенциальных потребителей организации. Разработка и внедрение новой технологии управления подпроцессом направлено на ускорение реализации предложений в рамках организации.

Ключевые слова: организация, проблемы, качество маркетинга, предложения, подпроцесс, предложения, технология управления, операции.

Обеспечение качества управления маркетинговыми процессами экономических систем направлено, в первую очередь, на повышение конкурентоспособности их продукции на рынке. Основным стимулом к финансированию маркетинговых мероприятий является превышение увеличения дохода над увеличением издержек, к которым прибавляются расходы на маркетинг. Разница между доходом и издержками всегда была основной силой, толкавшей к применению маркетинговых методов в сбытовой деятельности [1, 2].

Управление в современном мире становится все более сложным процессом, поскольку организационная структура общества постоянно меняется, а вызовы внешней среды усложняются. Эти сложности объясняются характером взаимоотношений между различными атрибутами в самой организации и с системами внешней среды, с которыми она взаимодействует. Теперь становится очевидным, что необходимость реформирования маркетинговой деятельности может создать потребности в изменениях в других процессах организации.

Понятие «качество» обозначает «совокупность свойств любого объекта (продукта или услуги), проявляющихся в процессе потребления объекта и характеризующих

достигаемые при потреблении результаты (положительные и отрицательные), но не затраты на его производство и потребление» [3, 4].

Управление качеством продукции осуществляется в рамках реализации общей операционной политики организации, разработка и осуществление которой выступает одним из базовых элементов формирования комплекса маркетинга. От качества продукции напрямую зависит его цена, уровень удовлетворенности клиента и вероятность совершения им повторной покупки.

Таким образом, управление качеством продукции, нацеленное на его повышение (поддержание), служит залогом обеспечения продаж организации. Выпускаемая организацией на рынок продукция должна быть востребована, способна удовлетворять потребности потребителей, отличаться надежностью и безопасностью [5, 12]. Проблемы в области управления качеством могут и должны решаться с участием служб маркетинга.

Построение любой системы управления требует обеспечения обратной связи между принятыми решениями и результатами, которые получены в результате их выполнения. Средством обеспечения такой связи является процесс оценивания. Оценка сама

по себе представляет собой одну из основных функций управления, которая дает возможность установления эффективности деятельности организации и степени достижения поставленных целей. Важность оценки управленческого процесса подчеркивается и классиками стратегического управления, которые пишут о том, что «можно управлять тем, что поддается

оценке. Можно оценить то, что можно описать» [14].

Для оценки качества управления маркетингом необходимо определить понятие основных атрибутов, в т.ч. ресурсов и критериев оценки параметров реализации. Основные атрибуты нормативного состояния деятельности подпроцесса управления качеством маркетинга организации представлены в таблице 1.

Таблица 1. Ресурсы для реализации подпроцесса управления качеством маркетинга

Наименование атрибута	Характеристика
Вход	Потребность в выявлении показателей качества маркетинга и их последующем улучшении
Основные этапы преобразования входа в выход	Подготовка к реализации указанного подпроцесса управления. Выбор показателей оценки качества маркетинга, оценка качества маркетинга с помощью различных показателей, выявление отклонений указанных параметров от технологических инструкций и поиск причин их возникновения, внесение соответствующих корректировок и их мониторинг, работа с персоналом
Выход	Удовлетворенность установлением и поддержанием необходимого уровня качества маркетинга, обеспечивающих высокий уровень информированности потенциальных потребителей продукции и достижение поставленных целей и миссии
Материальные ресурсы	Рекламные материалы, канцелярские принадлежности, прочие расходные материалы
Информационные ресурсы	Нормативная, справочная и другая информация на различных носителях, необходимая для реализации рассматриваемого подпроцесса
Методические ресурсы	Технологические инструкции, «Положение о производственных лабораториях организаций в промышленности», методика оценки качества маркетинга
Трудовые ресурсы	Специалисты по маркетингу, качеству продукции, экономист, аналитик
Технические ресурсы	Компьютер, оргтехника, транспорт
Правовые ресурсы	ГК РФ, ТК РФ, регламенты и положения по качеству продукции, должностные инструкции
Периодичность выполнения	Ежедневно
Критерии качества	Сокращение претензий со стороны клиентов, доля удовлетворенности населения оказанными услугами.
Критерии эффективности	Ожидаемый экономический эффект разработки от внедрения мероприятий по повышению качества процессов в системе за срок проведения мероприятий

Показатели качества маркетинга – это характеристики, отражающие оптимальный объем продаж при учете качества маркетинговой деятельности других участников рыночных отношений, их имиджа и деловой активности [6]. В управленческих документах содержатся технико-экономические показатели и показатели качества, которые соответствуют требованиям перспективных стандартов и технических условий, ориентирующих выпуск продукции высокого качества,

внедрение инноваций и приближение к высшим мировым стандартам.

Управление экономикой качества, позволяющее обеспечить необходимое изменение показателей, предотвратить экономические спады, стабилизировать экономическую ситуацию, способствовать подъему работы, рациональному использованию всех видов экономических ресурсов

Для оценки качества маркетинга используют многофакторные модели проведения анализа, целью которых является

минимизация отрицательных показателей и выявление скрытых резервов. Производя оценку качества управления, следует отметить ее цикличность, также она имеет возвратно-поступательный характер, разветвленную цепь обратных связей и локальных циклов [7, 9]. Для реализации подпроцесса управления качеством маркетинга необходимо определить такие параметры, как периодичность, критерии качества и эффективности.

Расчет обобщенных показателей качества по каждому ресурсу позволит установить, какие из них требуют улучшения качественных характеристик, а какие – поддержания достигнутого уровня качества. Кроме того, оценка обобщенных показателей качества обеспечит возможность поддержания баланса между используемыми ресурсами. Определение состава и содер-

жания атрибутов подпроцесса управления качеством маркетинга способствует успешному пониманию назначения, содержания и роли в деятельности данного подпроцесса управления организацией.

В качестве базовой организации для исследования было выбрано ООО «Пекарь», основным направлением деятельности которой является разработка и выпуск хлебобулочных изделий. В организации созданы технологическая, экономическая службы, которые постоянно рассматривают вопросы снижения трудозатрат, ценообразования, использование в производстве качественных продуктов и другие вопросы, обеспечивающие стабильную работу ООО «Пекарь», выпуск высококачественной, конкурентоспособной продукции. Содержание атрибутов деятельности ООО «Пекарь» приводятся в таблице 2.

Таблица 2. Содержание атрибутов деятельности ООО «Пекарь»

Наименование атрибута	Характеристика
Продукт	Хлебобулочные изделия: хлеб, печенье, сдоба
Цель	Получение дохода, прибыли. Увеличение рентабельности расширении выпуска качественных изделий путем обновления парка оборудования, использования высокоэффективных технологических процессов.
Миссия	Удовлетворение потребностей населения в высококачественной продукции для обеспечения здорового образа жизни
Вход	Потребность населения в хлебобулочных изделиях высокого качества
Основные этапы преобразования входа в выход	Подготовка, производство и реализация хлебобулочных изделий (химическое и термическое преобразование)
Выход	Удовлетворение потребностей населения в хлебобулочных изделиях высокого качества
Материальные ресурсы	Основное и дополнительное сырье, расходные материалы, топливо и т.д.
Информационные ресурсы	Нормативная, справочная, техническая и другая документация, необходимая организацию для решения производственных, управленческих и других задач
Трудовые ресурсы	Руководители (директор, главный энергетик, главный инженер, главный бухгалтер и т.д.), экономисты, технологи, лаборанты, и т.д.), менеджер по качеству, секретарь и т.д., кочегары производственной печи, операторы, грузчики, водители и т.д., охрана.
Технические ресурсы	Офисная техника, производственное и технологическое оборудование
Правовые ресурсы	Госты и иные документы, устанавливающие требования к продукции
Структура	Линейно-функциональная структура управления
Основные технологии операций	Подготовка хлебопекарного сырья к производству;приготовление теста; Разделка теста; выпечка хлеба; охлаждение и хранение хлеба, транспортировка потребителю.

Характеристики выбранной организации, а также рассмотрение ее основных атрибутов имеют большое значение для определения сущности функционирования организации и содержания ее атрибутов, на основе которых можно выявить проти-

воречия и сложности в деятельности, характерные для реализации подпроцесса управления качеством маркетинга в ООО «Пекарь». Их выявление является достаточно важным этапом, позволяющим в

дальнейшем наметить пути развития рассматриваемого подпроцесса организации.

Чтобы разрешить какую-либо проблему, необходимо знать причины ее возникновения, а также осознавать возможные последствия от ее существования [8]. Следует отметить, что проблемы, характерные для подпроцесса управления качеством

маркетинга, представляют собой совокупность различных недостатков, характерных для отдельных его атрибутов. Фрагмент перечня проблем, а также причины их возникновения и ожидаемые последствия в ООО «Пекарь» представлены в таблице 3.

Таблица 3. Проблемы, выявленные в подпроцессе управления качеством маркетинга ООО «Пекарь» (фрагмент)

Наименование атрибута подпроцесса	Наименование проблемы	Причина возникновения	Ожидаемые последствия
Критерии эффективности	Завышенная оценка эффективности реализации указанного подпроцесса на организации	Выбор минимального набора критериев, направленных на формальное подтверждение выполнения необходимых требований; Отсутствие учета значимости каждого критерия в общей оценке эффективности; Низкий уровень квалификации персонала, задействованного в оценке эффективности.	Непонимание персонала о необходимости повышения эффективности реализации указанного подпроцесса; Несоразмерная реакция персонала на возникающие несоответствия
Методические ресурсы	Низкий уровень качества методической документации	Разработка методической документации по отраслевым шаблонам без учета особенностей организация; Формальный подход к согласованию и утверждению; Низкий уровень компетентности персонала, задействованного в написании методической документации	Снижение эффективности реализации указанного подпроцесса; Возникновение противоречий в ходе реализации подпроцесса
Трудовые ресурсы	Негативное отношение персонала организация к указанному подпроцессу	Подход, основанный на выявлении виновного лица, а не на выявлении причин возникновения несоответствий; Наличие системы штрафов при выявлении возникающих несоответствий; Ожидание мгновенных результатов от реализации указанного подпроцесса	Снижение эффективности реализации указанного подпроцесса Демотивация персонала к эффективной реализации подпроцесса
Критерии качества	Низкая степень интеграции указанного подпроцесса с основным производством	Территориальная обособленность производственной лаборатории от основного производства; Низкая степень вовлеченности персонала, задействованного в реализации указанного подпроцесса, в решение производственных проблем	Снижение эффективности реализации указанного подпроцесса; Отсутствие обратной связи производства с указанным под процессом.

Из таблицы 3 видно, что характерные для подпроцесса управления качеством маркетинга в ООО «Пекарь» проблемы имеют самые различные причины и могут привести к самым различным последствиям. В ООО «Пекарь» выделены основные проблемы: низкий уровень качества методической документации, негативное отношение персонала организация к указанному подпроцессу, низкая степень инте-

грации данного подпроцесса с основным производством.

Для формирования предложений по разрешению проблем и развитию данного подпроцесса необходимо определить цель, наметить ряд задач для решения проблем по элементам заданного подпроцесса.

Решение проблем является одной из важных компетенций специалистов. Неэффективные, необоснованные решения

могут привести к снижению качества деятельности. Решение проблем – это последовательный творческо-аналитический процесс, в рамках которого осуществляется предпочтительный выбор исхода процесса (события) [10]. Четкое понимание проблемы способствует фокусировке на главном, экономии энергии и ресурсов, а также управлением решения проблемы проектным способом [13].

Формулировка предложений является важным компонентом в процессе улучшения деятельности как подпроцесса в целом, так и отдельных его атрибутов. Фрагмент перечня предложений по разрешению проблем и развитию подпроцесса управления качеством маркетинга в ООО «Пекарь», средств их реализации и ожидаемых результатов представлен в таблице 4.

Таблица 4. Предложения по развитию подпроцесса управления качеством маркетинга в ООО «Пекарь» (фрагмент)

Наименование атрибута подпроцесса	Наименование предложения	Средства реализации	Ожидаемые результаты
Критерии эффективности	Повышение уровня объективности оценки эффективности реализации подпроцесса	Определение набора критериев, направленных на обнаружение слабых мест в подпроцессе Разработка объективной шкалы значимости каждого критерия в общей оценке эффективности Повышение уровня квалификации персонала, задействованного в оценке эффективности.	Четкое осознание персоналом необходимости повышения эффективности реализации указанного подпроцесса; Пропорциональная реакция персонала на наличие несоответствий
Методические ресурсы	Тщательная корректировка методической документации	Учет особенностей организации и его структуры управления при написании методической документации; Привлечение для написания документации высококвалифицированных специалистов Согласование и утверждение методической документации с учетом ее влияния на эффективность реализации указанного подпроцесса	Рост эффективности реализации указанного подпроцесса; Предотвращение возникновения противоречий в ходе реализации подпроцесса.
Трудовые ресурсы	Формирование положительного отношения персонала к указанному подпроцессу	Выявление причин возникающих несоответствий, поиск путей устранения причин их появления; Разработка систем мотивации персонала к эффективной реализации подпроцесса; Проведение с персоналом бесед на тему значимости эффективной реализации указанного подпроцесса	Рост эффективности реализации указанного подпроцесса; Повышение мотивации персонала к эффективной реализации подпроцесса.
Критерии качества	Повышение уровня интеграции указанного подпроцесса с производством	Размещение лабораторий непосредственно в производственных цехах; Привлечение персонала, задействованного в реализации указанного подпроцесса, к решению производственных проблем и проблем качества продукции.	Повышение эффективности реализации указанного подпроцесса Наличие обратной связи производства с указанным подпроцессом

Результаты выполненной работы имеют большое практическое значение для реформирования подпроцесса управления качеством маркетинга в ООО «Пекарь». Каждое из предложенных мероприятий способствует решению одной или нескольких из выявленных ранее проблем в рамках подпроцесса управления. Помимо мероприятий по развитию рассматриваемого подпроцесса также были определены

средства их реализации [11]. Ожидаемые результаты от внедрения предложенных мероприятий показывают возможность предотвратить ожидаемые последствия от выявленных ранее проблем.

Выполнение подпроцесса управления качеством маркетинга в ООО «Пекарь» будет эффективным при условии строгого соблюдения инновационной технологии управления данным подпроцессом, по-

скольку она использует новые методологические инструменты его выполнения. Фрагмент графического изображения вы-

полнения данной технологии управления качеством маркетинга в ООО «Пекарь» представлен на рисунке 1.



Рис. 1. Технология улучшения процесса управления качеством маркетинга ООО «Пекарь» (фрагмент)

Умение представлять последовательность деятельности в виде операций по выполнению управления подпроцессом управления качеством маркетинга является достаточно полезным навыком. Разработанная технология управления качеством маркетинга имеет большое практическое значение для ООО «Пекарь». Ее реализация позволит улучшить данный подпроцесс, решить выявленные в нем

проблемы и развить процесс управления маркетингом в целом.

Для успешного реформирования маркетинговой деятельности были сформулированы предложения по улучшению деятельности отдельных атрибутов го подпроцесса управления качеством маркетинга ООО «Пекарь».

Ключевую роль в развитии данного подпроцесса играет технология управления качеством маркетинга ООО «Пекарь»,

реализация которой позволит поднять управленческую и операционную деятельности на более высокий уровень для по-

вышения эффективности и конкурентоспособности деятельности организации в рыночной среде.

Библиографический список

1. ГОСТ 15467-79 «Межгосударственный стандарт. Управление качеством продукции. Термины и определения». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/1200001719>.
2. Азгальдов Г.Г. Практическая квалиметрия в системе качества: ошибки и заблуждения. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.labrate.ru/azgaldov/azgaldov_article_2001-1_stq_mmq.htm.
3. Адизес И.К. Управляя изменениями. Как эффективно управлять изменениями в обществе, бизнесе и личной жизни / пер. с англ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 368 с.
4. Белецкая Н.М., Удалова Л.П. Управление качеством и безопасностью продукции на хлебопекарных организациях потребительской кооперации // Вестник БУКЭП. – 2017. – №5. – С. 99-111.
5. Бочарова С.В., Попова Л.Ф., Яшина М.Н. Анализ проблем в управлении качеством на современных промышленных организациях // Вестник СГСЭУ. – 2018. – №4. – С. 63-68.
6. Герасимов Б.Н. Инструменты решения управленческих задач в экономических системах типа «организация» // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2021. – №4. – С. 82-96.
7. Герасимов Б.Н. Подходы – главный инструмент науки управления в экономических системах типа «организация» // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2022. – №1. – С. 4-15.
8. Герасимов Б.Н. Исследование и развитие управленческой деятельности организации // Управление и экономика: исследования и разработки. – Пенза: ПГАУ, 2021. – С. 35-51.
9. Герасимов Б.Н. Методологические инструменты исследования и оценки эффективности процесса управления персоналом организации // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2018. – №2. – С. 160-169.
10. Герасимов Б.Н. Применение полицентрического подхода при построении экономических систем типа «организация» // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2022. – №3. – С. 4-15.
11. Коннор Дж., Макдермотт И. Искусство системного мышления / пер. с англ. – М.: Альпина Паблицер, 2020. – 396 с.
12. Корзун Л.Н. Система государственного регулирования и ее роль в повышении эффективности развития хлебопекарной отрасли // Политика, экономика и инновации. – 2018. – №5. – С. 25-28.
13. Мильнер Б.З. Перестройка управленческой деятельности // Экономические системы. – 2019. – №3. – С. 30-40.
14. Султанова А.В. Построение технологий управления качеством процессов организации // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2018. – №12. – С. 99-107.

REFORMING THE QUALITY MANAGEMENT SUBPROCESS MARKETING ORGANIZATIONS

B.N. Gerasimov, *Doctor of Economic Sciences, Professor*
Samara State University of Management
«International Market Institute»
(Russia, Samara)

***Abstract.** The marketing management process is an activity aimed at attracting consumers and increasing sales based on effective information about an organization's products or services. Analysis of the current state of the organization's marketing quality management subprocess revealed weaknesses in its functioning. Preparation and consideration of proposals to improve the quality of marketing activities will eliminate shortcomings in informing potential consumers of the organization. The development and implementation of a new subprocess management technology is aimed at accelerating the implementation of proposals within the organization.*

***Keywords:** organization, problems, marketing quality, proposals, sub-process, proposals, management technology, operations.*

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА И ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ МАТЕРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ПЛАТНЫЕ МЕДИЦИНСКИЕ УСЛУГИ

О.В. Глущенко, студент

И.Г. Пивень, канд. экон. наук, доцент

Кубанский государственный технологический университет
(Россия, г. Краснодар)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-130-133

Аннотация. В статье рассмотрены основные аспекты организации и ведения учета материально-производственных запасов в организациях, оказывающих платные медицинские услуги. Выделены ключевые особенности такого учета и контроля: развернутый аналитический учет, контроль за движением МПЗ по каждой услуге и пациенту; контроль за соблюдением срока годности МПЗ и за движением наркотических средств. Обоснован выбор метода ФИФО для определения учетной стоимости МПЗ. Определено, что в таких организациях учет и контроль МПЗ, как и весь учет в целом, должен обеспечивать возможность формировать данные для бухгалтерского, налогового и строго медицинского учета.

Ключевые слова: внутренний контроль, платные медицинские услуги, материально-производственные запасы, отдельный учет, ФИФО, нормы, специальный учет.

Все популярнее становятся медицинские услуги, которые предоставляют населению платные медицинские центры. Население не отказывается от получения бесплатного медицинского обслуживания и лечения, но спектр и, главное, качество медицинского обслуживания, объективно, в платных медицинских центрах гораздо выше. Это способствовало тому, что таких центров открывалось все больше и уже действующие расширяли перечень услуг и количество квалифицированных медицинских работников. Расширение видов оказываемых услуг и изменение действующего законодательства в части учета материально-производственных запасов (далее по тексту – МПЗ) делает актуальным вопросы организации учета и контроля МПЗ в коммерческих медицинских центрах (далее по тексту КМЦ) [1].

Есть существенные особенности учета и контроля на основании требований нормативных документов, регулирующих общие вопросы учета и контроля для хозяйствующих субъектов в РФ. Так, КМЦ должны организовать и вести бухгалтерский и налоговый учет, составлять и представлять бухгалтерскую и налоговую отчетность в налоговые органы, осуществлять ведение

отдельного учета не только по видам услуг, но по льготным видам услуг в целях налогообложения и др.

Очевидно, что расходование МПЗ должно быть обосновано самим фактом оказания услуг [2]. Кроме этого, необходимо разработать нормы списания материально-производственных запасов (далее по тексту МПЗ), по каждому виду услуг. В этой сфере есть отличия от общего правила и нормирования таких расходов, т.к. у пациентов могут быть различные патологии, которые будут выявлены в момент оказания услуги и потребуют дополнительного расходования МПЗ. Т.е. необходимо предусмотреть порядок учета и списания МПЗ при оказании стандартных услуг и нестандартных. Так же в КМЦ необходимо разработать порядок учета и списания спецодежды и расходных материалов: перчатки одноразовые медицинские, халаты, бахилы, одежда медперсонала и др. Особенностью здесь будет порядок списания, который будет индивидуальным для каждой КМЦ. Для этого необходимо разработать и создать специальные учетные регламенты (карты) с указанием наименования, количества по факту и норматив, а также отклонения. Процесс

списания запасов на пациента происходит тогда, когда они израсходованы по факту с занесением в карточку пациента.

Учитывая необходимость совмещения различных требований бухгалтерского и налогового учета, а также специфических особенностей учета медицинских услуг и расходов, относящихся к ним, в КМЦ должен быть организован развернутый учет, позволяющий отражать все требования и особенности законодательства в медицинской и налоговой сфере [3, 4]. Организовать такой учет возможно при использовании специализированных компьютерных программ, учитывающих, в первую очередь, все особенности требований в сфере медицины в части учета поступления материально-производственных запасов, формирования стоимости единицы учета. Вместе с этим, необходимо вести учет всех видов перемещений запасов. Особенностью оказания медицинских услуг является использование не только медикаментов и различных субстанций общего действия, но и компонентов с различной долей содержания спирта и наркотических веществ, что обязывает вести учет по особой форме и установленному порядку для определенных видов запасов в медицинской сфере [4]. Таким образом, главный бухгалтер или лицо, ответственное за организацию и ведение учета в таких КМЦ должно обладать знаниями и в медицинской сфере, и в области бухгалтерского и налогового учета. Это позволит организовать учет МПЗ в рамках действующего законодательства и сформировать единую информационную базу данных, что повысит эффективность внутреннего контроля [5].

Обобщая требования основных законодательных актов, регулирующих организацию учета и контроля МПЗ, можно выделить следующие основные аспекты:

1. Организация и ведение отдельного учета МПЗ в соответствии с требованиями налогового, бухгалтерского и специализированного медицинского учета в рамках государственного контроля движения спирта и наркотических веществ;

2. Разработка бланков и форм первичной документации для отражения опера-

ций с МПЗ, в том числе для учета поступления, перемещения, списания или утилизации, инвентаризации и др.;

3. Составление плана инвентаризаций МПЗ в целях текущего внутреннего контроля и контроля движения спирта и наркотических веществ, а так же учета просроченных МПЗ. Документирование утилизации препаратов и организация взаимодействия со специализированными организациями, занимающимися ликвидацией медицинских препаратов;

4. Разработка порядка учета и передачи в использование одежды персонала и списания расходных одноразовых материалов и др.

Все методические и организационные аспекты внутреннего контроля и учета МПЗ должны быть отражены в учетной политике. В частности, в ней необходимо предусмотреть следующие особенности:

– предметно-количественный учет МПЗ, который предполагает учет количества и использования препаратов (указание в медицинских карточках, выдача в кабинеты и др.);

– метод формирования ученой стоимости МПЗ (предпочтительнее метод ФИФО, так как медицинские компоненты должны использовать строго в рамках срока годности, а такой вариант будет способствовать списанию в первую очередь ранее поступивших МПЗ, что позволит обеспечить дополнительный контроль);

– ведение отдельного учета в зависимости от видов оказываемых медицинских услуг и налогообложения. Выбор и закрепление вариантов распределения расходов;

– порядок признания услуги оказанной и подтверждения основания для списания МПЗ, относящихся к данной услуге. В частности, списание МПЗ по акту на основании анализа сводных данных, отражающих одновременно факт оказания услуг и списание МПЗ по нормам или по фактическому расходу в установленных внутренними регламентами случаях (нормы, регламенты и др.) и т.д. [6, 2];

– порядок формирования инвентаризационной комиссии, назначение лиц, ответ-

ственных за осуществление внутреннего контроля и др.

В малых организациях может отсутствовать главный бухгалтер и тогда ответственность за организацию и ведение учета несет руководитель. В таких случаях малый бизнес для усиления контроля и обеспечения достаточной уверенности в достоверности данных учета и отчетности обращается в специализированные компании, которые уполномочены оказывать услуги по ведению бухгалтерского учета и проведению аудита и сопутствующих аудитов услуг, в том числе консультирование по вопросам бухгалтерского учета и формированию бухгалтерской (финансовой) отчетности [5, 7]. Кроме этого, возможно удаленное проведение контроля и анализа данных учета со стороны таких специализированных учетных или ауди-

торских организаций. Такой порядок также должен быть предусмотрен во внутренних распорядительных документах КМЦ и в учетной политике, где должны быть описаны формы и способы взаимодействия и лица, ответственные за контакты и передачу данных, а также форма и документы, которые могут передаваться в рамках такого обмена данными [6, 7].

Специфика оказания платных медицинских услуг населению имеет существенные особенности, с учетом которых должен быть организован внутренний учет и контроль МПЗ. Описанный выше подход позволит комплексно учесть требования законодательства в рамках медицинского, бухгалтерского, налогового учета в таких организациях и эффективно осуществлять их внутренний контроль и учет.

Библиографический список

1. Никонова П.А., Пивень, И.Г. Вопросы организации внутреннего контроля в малых предприятиях в современных условиях // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 4-2 (74). – С. 47-50.
2. Антюшина А.В., Бжассо А.А. Аудит расчетов с покупателями и заказчиками и его значение в снижении рисков организации // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 3-1 (61). – С. 5-7.
3. Федеральный стандарт бухгалтерского учета ФСБУ 5/2019 «Запасы», утвержден приказом МФ РФ от 15 ноября 2019 № 180н. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_348523/83c7d643a9e7398cd257c6fdbd2986423f8638de/ (Дата обращения 30.05.2023).
4. Федеральный закон РФ «О наркотических средствах и психотропных веществах» от 8 января 1998 года № 3-ФЗ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17437/ (Дата обращения 30.05.2023).
5. Козюбро Т.И. Проведение мониторинга эффективности работы системы внутреннего контроля на примере ООО АК «Кубаньфинэксперт» / Т.И. Козюбро, М.В. Гельвих, А.А. Арутюнова // Поиск новых резервов экономического роста России в условиях трансформации мировой экономики : Материалы международной научно-практической конференции, Краснодар, 01 июня 2017 года / Под редакцией А.С. Молчана. – Краснодар: ФГБУ «Российское энергетическое агентство» Минэнерго России Краснодарский ЦНТИ-филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго России, 2017. – С. 96-103.
6. Бжассо А.А., Канюкова И.О. Содержание, методы бизнес-анализа и его роль в оптимизации бизнес-процессов // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 3-1 (73). – С. 59-62.
7. Литвинова А.С., Пивень И.Г. Бизнес в условиях пандемии: организация удаленной работы и оценка эффективности «удаленного» управления // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 10-2 (68). – С. 21-23.

**FEATURES OF THE ORGANIZATION OF ACCOUNTING AND INTERNAL
CONTROL OF INVENTORY IN ORGANIZATIONS PROVIDING PAID MEDICAL
SERVICES**

O.V. Glushchenko, *Student*

I.G. Piven, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

Kuban State Technological University

(Russia, Krasnodar)

***Abstract.** The article discusses the main aspects of the organization and accounting of inventory in organizations that provide paid medical services. The key features of such accounting and control are highlighted: detailed analytical accounting, monitoring the movement of MPC for each service and patient; monitoring compliance with the expiration date of MPC and the movement of narcotic drugs. The choice of the FIFO method for determining the accounting value of MPC is justified. It is determined that in such organizations, the accounting and control of MPC, as well as the entire accounting as a whole, should provide an opportunity to generate data for accounting, tax and strictly medical accounting.*

***Keywords:** internal control, paid medical services, inventory, separate accounting, FIFO, norms, special accounting.*

ОСОБЕННОСТИ СОСТОЯНИЯ КОНТРАКТНОЙ СИСТЕМЫ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ НА ПРИМЕРЕ МИНИСТЕРСТВА КОНКУРЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Т.Е. Голикова, студент

Научный руководитель: О.Ю. Хомутова, канд. ист. наук, доцент

Калужский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации
(Россия, г. Калуга)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-134-137

Аннотация. Эффективность организации государственных и муниципальных закупок напрямую зависит от социально-экономического развития страны. Цель данной научной статьи – провести анализ эффективности контрактной системы Калужской области на примере Министерства конкурентной политики Калужской области. В статье проводится исследование зависимости объёма закупок от внедрения и использования цифровых решений, а именно автоматизированной системы управления закупками «WEB-Торги-КС».

Ключевые слова: государственные и муниципальные закупки, контрактная система, поставщики, заказчики, электронный аукцион, конкурс, запрос котировок.

Система государственных закупок – это один из наиболее эффективных инструментов экономической политики государства, которое, в свою очередь, выступает крупнейшим финансово-стабильным заказчиком товаров, работ, услуг.

Рассмотрим результаты деятельности Управления государственных и муниципальных закупок, которое является структурным подразделением Министерства конкурентной политики Калужской области, за 2021 и 2022 г. [1].

Таблица 1. Результаты деятельности Управления государственных и муниципальных закупок за 2021 и 2022 года

	2021 год	2022 год
Государственные и муниципальные закупки		
Количество закупок	10265 конкурентных процедур	около 10 тысяч конкурентных процедур
Объём закупок	31,8 миллиарда рублей	36,4 миллиарда рублей
Экономия бюджетных средств	более 4 миллиардов рублей (почти 13% от суммы начальных цен)	3,2 миллиардов рублей (или 8,8%)
Уровень конкуренции (среднее количество участников закупки)	3 заявки	В среднем 2,7 заявки

По таблице 1 можно заметить, что количество закупок не изменилось, а вот объём закупок вырос на 4,6 миллиарда, что в процентном выражении составляет 14,6%. Экономия бюджетных средств немного снизилась, по сравнению с 2021 годом и составила 3,2 миллиарда рублей.

Отдельно хотелось бы обратить внимание на объём закупок в 2022 году. Рассмотрим рисунок 1, отображающий динамику объёмов закупок за период 2017-2022 гг., млрд руб.

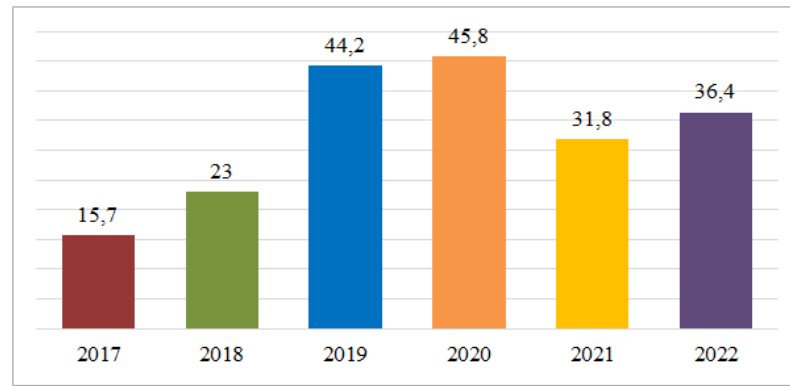


Рис. 1. Динамика объёмов закупок за период 2017-2022 гг., млрд руб.

По данным, представленным на рисунке, можно заметить, что общая динамика объёма закупок отмечается относительно стабильным ростом. Это связано с тем, что именно в 2017 году в Калужской области внедрена автоматизированная система управления закупками «WEB-Торги-КС» (далее – АИС «WEB-Торги-КС»).

Объём закупок увеличился в 2022 году по сравнению с 2021 годом на 4,6 млрд руб., что составило 12,6%.

Это говорит о положительной динамике, так как еще по итогам третьего квартала в России на 4,6% уменьшилось количество госзакупок – с 758 418 до 722 903 завершённых процедур по данным ежеквартального отчёта министерства финансов Российской Федерации о результатах мониторинга закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, а также закупок товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц за III квартал 2022 г. [2].

Как уже говорилось ранее, в Калужской области на протяжении нескольких лет эффективно функционирует централизованная система государственных и муниципальных закупок. Областные заказчики, а также заказчики муниципального уровня (городов Калуги и Обнинска) осуществляют все конкурентные закупки через уполномоченный орган – Министерство конкурентной политики Калужской области.

Структурирующей основой для централизации закупочной деятельности служит автоматизированная система управления закупками АИС «WEB-Торги-КС», предназначенная для обеспечения контроля

расходования бюджетных средств на всех этапах прохождения государственного (муниципального) заказа [3].

Система полностью интегрирована в систему исполнения бюджета региона и позволяет эффективно реализовывать на практике единый закупочный цикл управления государственными закупками [4].

Подача заявок на определение поставщика (подрядчика, исполнителя), комплекта документов, а также иных документов, отражающих решения заказчика по вопросам, отнесенным к его компетенции, осуществляется в виде электронного документа путем заполнения формы в системе.

Система охватывает все закупки заказчиков, включая «единственного поставщика» и малые закупки. Для последних создана электронная площадка по поиску контрагентов «Маркетинговые исследования малых закупок».

Стоит отметить, что Управление государственных и муниципальных закупок ставило несколько задач на 2022 год. Одна из них – это работа по подключению заказчиков муниципальных районов к АИС «WEB-Торги-КС». И с 1 января 2022 года в системе полноценно начали работу муниципальные заказчики Козельского и Боровского районов.

По итогам 2022 года через АИС «WEB-Торги-КС» в министерство конкурентной политики Калужской области поступило 7114 заявок. После обработки данных заявок было проведено 3580 закупочных процедур. В остальных случаях закупка либо была отменена, либо не состоялась.

Рассмотрим рисунок 7, отображающий анализ количества закупочных процедур,

размещенных через АИС «WEB-Торги-КС» в 2022 году.

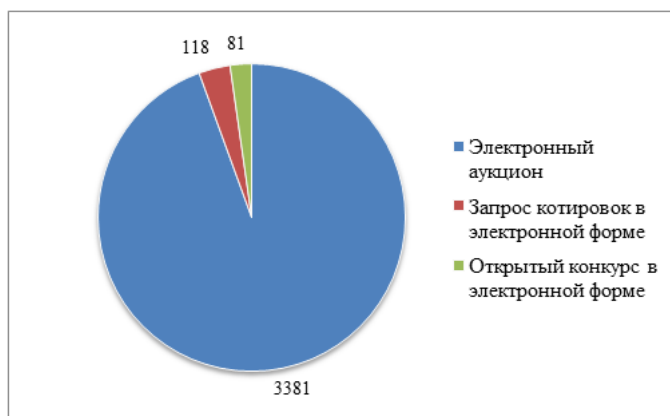


Рис. 2. Анализ количества закупочных процедур, размещенных через АИС «WEB-Торги-КС» в 2022 году

Исходя из рисунка, можно заметить, что такой способ определения поставщика, как электронный аукцион находится в абсолютном большинстве и количество закупочных процедур проведенных через него в 2022 году – 3381 заявка. Такая популярность данного способа определения поставщика объясняется тем, что заказчики привыкли к такому способу.

Запрос котировок в электронной форме используется намного реже и количество закупочных процедур, проведенных данным способом определения поставщика в 2022 году – 118 заявок. Хотя запрос котировок в электронной форме является самым простым способом закупок, но заказчики предпочитают традиционно придерживаться электронного аукциона.

Меньше всего используется открытый конкурс в электронной форме. Количество закупочных процедур, проведенных данным способом определения поставщика в 2022 году – 81 заявка. Данный способ определения поставщика отличается тем, что победителем становится участник, предложивший не только лучшие условия исполнения контракта, но и отвечающий другим критериям (квалификация и опыт поставщика, характеристики товара, условия жизненного цикла товара, и т.д.). Таким образом, сложность проведения конкурса отталкивает заказчиков от выбора данного способа определения поставщика.

Проанализируем динамику объема закупочных процедур, размещенных через АИС «WEB-Торги-КС» с 2017 по 2022 год.

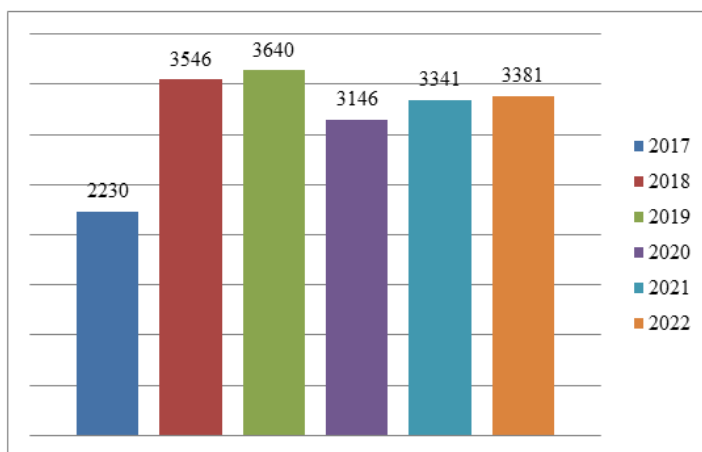


Рис. 3. Динамика объема закупочных процедур, размещенных через АИС «WEB-Торги-КС» с 2017 по 2022 год

Исходя из диаграммы, можем заметить, что наибольшее количество закупочных процедур наблюдалось в 2019 году, а наименьшее – в 2017, когда система была только введена. За последние 3 года наблюдается стабильное увеличение объёма закупочных процедур размещенных через АИС «WEB-Торги-КС».

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что система государственных и муниципальных закупок является неотъемлемым элементом управления ресурсами общественного сектора экономики, в том числе государственными финансами, призванный выполнять не только функции

обеспечения общественных потребностей, а так же функции государственного регулирования экономики.

Введение в Калужской области АИС «WEB-Торги-КС» в 2017 году способствовало увеличению количества размещенных заявок на закупку товаров, работ, услуг, упрощению взаимодействия между уполномоченным органом и региональными и муниципальными заказчиками, снижению затрат ресурсов для осуществления процедур закупок, а также повышению эффективности управления процессами государственных закупок.

Библиографический список

1. Министерство конкурентной политики Калужской области. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pre.admoblkaluga.ru/sub/competitive/>.
2. Изотова, Г.С. Управление государственными и муниципальными закупками и контрактами: учебник для вузов / Г.С. Изотова, С.Г. Еремин, А.И. Галкин. – 2-е изд. – М.: Изд-во Юрайт, 2022. – 396 с.
3. Кнутов, А.В. Управление государственными и муниципальными закупками и контрактами: учебник и практикум для вузов. – М.: Изд-во Юрайт, 2022. – 316 с.
4. Трошин А.С., Хрипунова Э.В. История развития контрактной системы закупок в Российской Федерации // В сборнике: Диалог мировоззрений: жизненный путь личности, общества, государства / Материалы XIV международного симпозиума. Под ред. А.В. Дахина. – 2020. – С. 102-104.

FEATURES OF THE STATE OF THE CONTRACT SYSTEM OF THE KALUGA REGION ON THE EXAMPLE OF THE MINISTRY OF COMPETITION POLICY OF THE KALUGA REGION

T.E. Golikova, *Student*

Supervisor: *O.Y. Khomutova*, *Candidate of Historical Sciences, Associate Professor*

Kaluga Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

(Russia, Kaluga)

Abstract. *The effectiveness of the organization of state and municipal procurement directly depends on the socio-economic development of the country. The purpose of this scientific article is to analyze the effectiveness of the contract system of the Kaluga region on the example of the Ministry of Competition Policy of the Kaluga region. The article investigates the dependence of the volume of purchases on the introduction and use of digital solutions, namely the automated procurement management system "WEB-Bidding-CS".*

Keywords: *state and municipal procurement, contract system, suppliers, customers, electronic auction, tender, request for quotations.*

МОДЕЛИ МОНИТОРИНГА ЗАТРАТ НА КАЧЕСТВО В ПРАКТИКЕ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

И.С. Головащенко, магистрант

А.А. Аглиуллина, магистрант

Г.Н. Ларионова, канд. экон. наук, доцент

Нижекамский химико-технологический институт (филиал) Казанского национального исследовательского технологического университета
(Россия г. Нижнекамск)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-138-143

Аннотация. В научной работе исследуется проблема мониторинга затрат на качество в деревообрабатывающих предприятиях. Рассматриваются существующие модели мониторинга затрат на качество и их применимость в практике деревообрабатывающих предприятий. Представлены результаты исследования, включающие описание наиболее эффективных моделей мониторинга затрат на качество в практике деревообрабатывающих предприятий, а также анализ их применимости и эффективности.

Ключевые слова: модели мониторинга затрат, эффективность деятельности деревообрабатывающие предприятия, затраты на качество, стратегическое управление затратами на качество, конкурентоспособность.

Деревообрабатывающая промышленность – это отрасль промышленности, которая занимается переработкой древесины в различные виды продукции. Включает в себя такие виды деятельности, как распиловка и обработка древесины, производство фанеры, деревянных панелей, мебели, строительных материалов, бумаги, карандашей и других деревянных изделий. Кроме того, деревообрабатывающая промышленность может включать в себя и другие виды деятельности, связанные с использованием древесины, например, производство биотоплива из древесных отходов. Однако, следует отметить, что существующее разнообразие видов деревообрабатывающей промышленности, перерабатывается только 25% древесины, а готовая продукция изготавливается только из 11% сырья, что в свою очередь приводит к низкой рентабельности деятельности отрасли (в среднем 12,2%). Основным фактором, существенно влияющим на уровень рентабельности, являются затраты организаций в процессе переработки древесины [6]. Учет себестоимости продукции и исчисление себестоимости продукции зависит от вида выпускаемой продукции, типа и типа производства.

Деревообрабатывающие предприятия

используют попроцессный метод производства, который предполагает последовательную обработку древесины различными технологическими операциями до получения конечного продукта. Попроцессный метод позволяет добиться высокой эффективности производства и обеспечить стабильное качество продукции.

Попроцессный метод – это метод управления качеством продукции, который основан на анализе процессов производства и их оптимизации. Суть метода заключается в том, что для достижения высокого качества продукции необходимо управлять процессами ее производства, а не только контролировать готовую продукцию.

Применение попроцессного метода в деревообрабатывающей промышленности позволяет улучшить качество продукции, снизить количество брака и повысить эффективность производства. Этот метод включает в себя такие шаги, как анализ процессов производства, идентификацию проблемных зон, разработку и внедрение мер по оптимизации процессов, а также постоянный мониторинг и анализ результатов.

На первом этапе определяется себестоимость единицы продукции путем деления

суммы производственных затрат на количество произведенной продукции. На втором этапе рассчитывается сумма затрат на продажу на единицу реализованной продукции. Общая себестоимость определяется как сумма себестоимости единицы продукции и себестоимости реализованной единицы продукции [7].

Особой статьей затрат является производство качественного продукта, соответственно делаются затраты на качество.

Затраты на качество – это затраты, связанные с обеспечением качества продукции на всех этапах ее производства и использования. Они могут быть разделены на две категории: затраты на профилактические меры (предупреждение дефектов) и затраты на дефектную продукцию (потери от дефектов).

Затраты на профилактические меры – это затраты, которые направлены на предотвращение дефектов продукции на всех этапах ее производства. Они включают в себя затраты на обучение персонала, закупку сырья и материалов высокого качества, использование современного оборудования и технологий, контроль и улучшение процессов производства, а также на проведение испытаний и анализ качества продукции.

Затраты на дефектную продукцию – это затраты, связанные с обработкой и утилизацией дефектной продукции. Они включают в себя затраты на переработку и ремонт дефектных изделий, утилизацию отходов, а также на компенсации клиентам за дефектную продукцию.

Контроль затрат на качество является важным элементом управления деревообрабатывающим предприятием, так как позволяет снизить количество брака и повысить качество продукции. Однако необходимо учитывать, что затраты на профилактические меры могут быть выше, чем затраты на дефектную продукцию, поэтому не всегда целесообразно стремиться к минимизации затрат на дефектную продукцию.

Модели мониторинга затрат на качество используются в деревообрабатывающих компаниях для эффективности обеспечения качества. При реализации соответ-

ствия качества продукции деревообрабатывающих производств в соответствии с моделями серии ISO 9000 компания должна применять методы анализа проектных решений, причем такому анализу должны подвергаться как входные данные, так и выходные данные проекта. Поэтому компании, создающие или разрабатывающие системы качества, неизбежно используют стандартные технологии анализа или собственные технологии с аналогичными возможностями [5].

Функционально-стоимостной анализ, применяемый для повышения качества объекта анализа, можно определить, как процесс последовательного построения ряда конкретных моделей анализируемого объекта, что позволяет изучить характер взаимодействий между элементами объекта, а также взаимодействие объекта с надсистемой и окружающей средой [8].

В отличие от метода FSA, метод FMEA не фокусируется на экономических показателях, таких как затраты на низкое качество продукции, но позволяет выявить потенциальные сбои в производственных процессах, определить их возможные причины и разработать меры по их устранению. Это позволяет улучшить качество продукции и снизить затраты на исправление дефектов.

Метод QFD (развертывание функции качества) является экспертным методом, который использует табличный метод представления данных и специфическую форму таблиц, называемых "домами качества". Он позволяет определить разницу между потребительскими характеристиками и нормируемыми параметрами продукции, учесть потребности потребителей и улучшить качество продукции. Однако, необходимо учитывать, что метод QFD не является универсальным и может не подходить для всех типов продукции и производственных процессов.

Помимо классических моделей управления затратами, в современной мировой практике используются следующие новые методы определения и регулирования корпоративных затрат.

Планово-затратный метод – при определении плановых (целевых) затрат основ-

ное внимание уделяется начальным стадиям производства продукции.

Плановые затраты формируются в три этапа:

- 1) установление реалистичных целевых цен на товары и услуги;
- 2) планирование размера прибыли;
- 3) расчёт максимально допустимой себестоимости продукта.

Используя этот метод, можно разработать долгосрочную конкурентную стратегию в области затрат на новую продукцию [2].

Для выпускаемой продукции основное внимание уделяется совокупным затратам – выявляются факторы их роста и возможности снижения. Например, ООО «Татлестрой» связывает общие затраты, связанные с выпуском определенного изделия, с количеством входящих в изделие деталей и узлов и наличием нестандартных комплектующих. Это приводит к решению, направленному на сокращение количества и разнообразия деталей и использование простых деталей массового производства.

При разработке новых продуктов маркетологи устанавливают цели по затратам, ориентируясь на своих основных конкурентов.

Таким образом, этот метод можно считать стратегическим инструментом управления затратами [9].

Метод калькуляции – это метод расчета затрат на производство продукции. В задачах учета затрат на производство продукции метод калькуляции используется для определения себестоимости продукции. Себестоимость продукции – это сумма затрат, которые были затрачены на производство данной продукции.

В контексте данной темы, метод калькуляции используется для определения себестоимости продукции в производстве деревообрабатывающих предприятий. Для этого необходимо учитывать все затраты, связанные с производством продукции, такие как затраты на материалы, затраты на труд, затраты на энергию, затраты на амортизацию оборудования и другие.

Существует несколько методов калькуляции, которые могут использоваться для

определения себестоимости продукции, включая прямую, накладную и смешанную калькуляцию. Каждый из них имеет свои особенности, и выбор метода зависит от целей и задач учета затрат на производство продукции. В производстве деревообрабатывающих предприятий, наряду с методами калькуляции, могут применяться также другие методы учета затрат, такие как метод ABC-анализа, метод определения точки безубыточности и другие.

Метод жизненного цикла тесно связан с методом калькуляции, поскольку оба эти метода используются для определения себестоимости продукции. Метод калькуляции позволяет определить затраты на производство продукции на стадии производства, а метод жизненного цикла учитывает все затраты на продукцию на протяжении всего ее жизненного цикла. Данный метод прежде всего используется для оценки затрат на продукцию на протяжении всего ее жизненного цикла, начиная с исследований и разработок и заканчивая выводом продукции из эксплуатации. Этот метод учитывает все затраты на производство, эксплуатацию и утилизацию продукции, а также доходы, полученные от ее продажи.

Таким образом, метод жизненного цикла и метод калькуляции являются взаимосвязанными методами, которые могут использоваться вместе для определения себестоимости продукции и оценки затрат на производство продукции на протяжении всего ее жизненного цикла, а первым шагом в данном случае является подготовка производства, на что обычно уходит у производителей конкретных товаров до 95% затрат в общей сумме, на создание нового продукта.

Наибольший потенциал воздействия находится на этапе проектирования и разработки, где только 5% от общей стоимости могут быть пересчитаны на финальном этапе разработки, а 80-90% стоимости практически фиксированы. Поэтому инженерные услуги должны быть отнесены не только к техническим задачам, но и к услугам, связанным с будущими затратами, то есть так называемому «затратному проектированию». Необходимо учитывать не только затраты материалов и труда, но

и затраты всех подразделений, обеспечивающих производство. Метод помогает инженерам иметь полное представление о затратах компании и снижает производственные и логистические затраты [9].

Метод затратного проектирования – это метод, который используется для учета затрат на производство продукции на стадии ее проектирования. Этот метод позволяет оптимизировать затраты на производство продукции путем учета затрат на каждый этап производства на самом раннем этапе проекта. На сегодняшний день данный метод практически не применяется в компаниях, в связи с тем, что перспективы его использования связаны с возможными инновационными технологическими изменениями, которые, в свою очередь, требуют хорошей аналитической работы и достоверной информации о сметной стоимости. Таким образом, можно выделить следующие причины:

1. Для применения этого метода необходимы большие объемы данных о затратах на производство продукции, которые могут быть сложно собрать и анализировать на раннем этапе проекта.

2. Для применения такого метода необходимо иметь высокую степень точности в оценке затрат на производство продукции на каждом этапе проекта. Это может быть сложно, поскольку затраты на производство продукции могут изменяться в зависимости от различных факторов, таких как изменения цен на сырье, технологические изменения или изменения в производственных процессах.

3. Подобный метод может потребовать значительных усилий и ресурсов на ранних этапах проекта, что может быть проблематично для компаний с ограниченными бюджетами и ресурсами.

4. Не каждая компания может понимать важность учета затрат на производство продукции на ранних этапах проекта. Некоторые компании могут сосредоточиться на других аспектах проектирования, таких как функциональность продукта, в ущерб учету затрат.

В целом, метод «затратного проектирования» может быть сложен для применения в компаниях, но его использование

может привести к снижению затрат на производство продукции и улучшению конкурентоспособности компании.

Также можно выделить метод сравнения с лучшими показателями конкурентов, который основан на постоянном приобретении знаний и опыта, основанных на показателях конкурентной компании, по их производимым продуктам, а также процессам по их производству, с аналогичными данными других компаний. То есть, данный метод используется для оценки эффективности компании по сравнению с ее конкурентами и включает в себя следующие шаги:

1. Определение ключевых показателей производительности, которые будут использоваться для сравнения с конкурентами;

2. Анализ и сбор данных о показателях производительности для компании о конкурентах;

3. Определение лучших показателей производительности у конкурентов в каждой категории;

4. Сравнение показателей производительности компании с лучшими показателями конкурентов;

5. Определение различий между показателями определенной компании и показателями ее конкурентов;

6. Подведение итогов и анализ предпринимаемых компанией действий для улучшения ситуации, разработка плана действий для улучшения показателей производительности компании в тех областях, где она отстаёт от конкурентов.

Можно сделать вывод о том, что метод помогает стабилизировать расходы, улучшить процессы производства товара и догнать конкурирующие компании по отстающим сферам.

Обязательным условием анализа при использовании метода сравнения с лучшими показателями конкурентов является наличие точных и достоверных данных о показателях производительности как вашей компании, так и ее конкурентов. Для этого необходимо иметь как внутреннюю, так и внешнюю базу данных для сравнения, которая позволит проводить как прямое, так и косвенное сравнение.

Внутренняя база данных включает в себя информацию о производительности вашей компании, такую как финансовые показатели, объем продаж, долю рынка, уровень удовлетворенности клиентов и др.

Внешняя база данных включает в себя информацию о производительности конкурентов, такую как финансовые отчеты, отчеты об объемах продаж, отчеты об удовлетворенности клиентов, аналитические отчеты и др.

Кроме того, необходимо убедиться в том, что данные, которые используются для сравнения, соответствуют одному и тому же периоду времени и одним и тем же методам расчета.

Только при наличии точных данных, как внутренней, так и внешней, можно провести анализ и сравнение производительности компании с лучшими показателями конкурентов и разработать план действий для улучшения показателей компа-

нии.

Управление затратами на качество не является самоцелью, а предназначено для поддержки разработки и реализации бизнес-стратегии организации.

Оценка стратегических альтернатив требует информации о планируемых затратах на продукцию и вид деятельности компании. Стратегии, не обоснованные с точки зрения затрат и ожидаемой отдачи, не будут приносить желаемой прибыльности и не будут приемлемы. Поэтому, при разработке системы мониторинга затрат на качество, деревообрабатывающая компания должна учитывать свой стратегический контекст, технологию, организационную структуру, культуру и стиль управления. Эти факторы влияют на уровень неопределенности внешней среды и требования к глобальной системе управления затратами на качество для компании.

Библиографический список

1. Адлер Ю.П., Щепетова С.Е. Экономика качества как система // Методы менеджмента качества. – 2020. – № 5. – С. 4-9.
2. Горбашко Е.А. Управление качеством и конкурентоспособностью. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2021. – 233 с.
3. Карлик Е.М. Демиденко Д.С. Затраты на обеспечение и повышение качества продукции. Их классификация // Стандарты и качество. – 2019. – № 3. – С. 27-29.
4. Скрипко Л. Экономическое управление качеством: теория и методология. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2018. – 203 с.
5. Совер В., Карл Р. Купер С. Распределение затрат на качество и совершенствование системы качества. – М.: Просвещение, 2018. – 240 с.
6. Куприянова, Т.А. Оценка методов учета затрат в организациях деревообрабатывающей промышленности / Т.А. Куприянова // Лесной и химический комплексы - проблемы и решения: Сборник материалов по итогам Всероссийской научно-практической конференции, Красноярск, 02-04 сентября 2019 года. – Красноярск: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева», 2019. – С. 470-473. – EDN HOUOUQ.
7. Казанцева, Н.В. Особенности учета затрат на производство продукции лесопиления в бухгалтерском и налоговом учете / Н.В. Казанцева, И.В. Сибиряткина // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 11(33). – С. 94-98. – EDN PBXQXB.
8. Николаев, Н.С. К вопросу о применении функционально-стоимостного анализа в процессе управления мотивацией персонала / Н.С. Николаев, Г.Н. Шибанова, О.М. Котина // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2009. – № 1(20). – С. 88-95. – EDN MUZDGN.
9. Ушурелу, О.В. Новые методы управления затратами в современной мировой практике: риски и перспективы внедрения / О.В. Ушурелу // Страховое право. – 2019. – № 3(84). – С. 27-34. – EDN QDOWTT.

**MONITORING MODELS FOR QUALITY COSTS
IN THE PRACTICE OF WOODWORKING ENTERPRISES**

I.S. Golovashchenko, *Graduate Student*

A.A. Agliullina, *Graduate Student*

G.N. Larionova, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

**Nizhnekamsk Institute of Chemical Technology (branch) Kazan National Research Technological University
(Russia, Nizhnekamsk)**

***Abstract.** The scientific work investigates the problem of monitoring quality costs in woodworking enterprises. The existing models of quality cost monitoring and their applicability in the practice of woodworking enterprises are considered. The results of the study are presented, including a description of the most effective models for monitoring quality costs in the practice of woodworking enterprises, as well as an analysis of their applicability and effectiveness.*

***Keywords:** cost monitoring models, performance efficiency woodworking enterprises, quality costs, strategic quality cost management, competitiveness.*

МЕТОДЫ СТАТИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА, КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

К.Н. Горпинченко, *д-р экон. наук, профессор*

А.С. Закарян, *студент*

Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина
(Россия, г. Краснодар)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-144-148

Аннотация. *Исследованы особенности экономического развития Краснодарского края с помощью методов статистического анализа. Проведен анализ основных социально-экономических показателей региона. Проанализирована динамика и структура валового регионального продукта. В результате сформулировано предложение по перспективным направлениям экономического развития Краснодарского края.*

Ключевые слова: *регион, статистика, экономика, развитие, Краснодарский край, экономический анализ, валовый региональный продукт.*

Статистика является многогранной и многопрофильной наукой, методы и инструменты которой являются универсальными и могут быть использованы в различных областях современного общества.

Так, в отдельное направление выделяют экономическую статистику. Основная задача этого раздела статистики главным образом заключается в предоставлении актуальной и достоверной информации органам государственной власти и гражданам о развитии экономики и социальных процессах [1]. В настоящее время возрастает потребность в оперативности принятия управленческих решений в расчете и прогнозировании возможных направлений развития региона и в целом по стране. Использование моделирования наряду с разработкой специальных программных продуктов является одной из предпосылок широкого распространения статистических методов [1, 3].

Статистический анализ можно трактовать как количественное исследование различных способов ведения хозяйственной деятельности, проведенное в соответствии с требованиями статистической теории и методологии. Статистический анализ направлен на применение категориального аппарата статистической науки к реальным, практическим хозяйственным процессам.

Для осуществления эффективной региональной социально-экономической поли-

тики необходим динамический анализ и мониторинг социально-экономических процессов в территориальном разрезе. Анализ динамики региональных социально-экономических показателей позволит выявить взаимосвязи между ними, составить прогнозные расчеты развития региона. Так, в дальнейшем исследовании за счет использования методов статистического анализа рассмотрим состояние экономического развития Краснодарского края.

В основе производительных сил Краснодарского края лежат такие отрасли, как промышленность, строительство, топливно-энергетический комплекс, информационные и коммуникационные технологии, а также агропромышленный, транспортный, курортно-рекреационный и туристский комплексы.

В Краснодарском крае за 2017-2021 гг. валовой региональный продукт возрос на 9% или на 164 млрд. руб. (табл. 1). Выявленный темп роста указывает на то, что экономика исследуемого региона развивается достаточно стремительными темпами. В 2021 г. отмечен профицит консолидированного бюджета, при этом в 2017 и 2020 гг. зафиксирован дефицит.

Повышается и уровень жизни населения. Так, среднедушевые денежные доходы населения увеличились на 38%. При этом численность населения возросла на 3%.

Таблица 1. Основные социально-экономические показатели Краснодарского края [3]

Наименование	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2021 г. в % к 2017 г.
Численность населения (на конец года), тыс. человек	5514	5648	5676	5684	5687	103
Среднедушевые денежные доходы населения в месяц, рублей	31304	34861	36604	37352	43217	138
Валовой региональный продукт, млрд. рублей	1933,5	2499,9	2577,1	2616,8	2098	109
Продукция сельского хозяйства, млрд рублей	340,6	382,5	417,2	433,0	556,2	163
Оборот розничной торговли, млрд рублей	1160,6	1368,1	1462,4	1487,3	1908,5	164
Доходы консолидированного бюджета, млн. рублей	236841	316239	366573	387084	452627	191
Расходы консолидированного бюджета, млн. рублей	253977	300333	335042	388022	413257	163
Профицит, дефицит (-), консолидированного бюджета, млн рублей	-17136	15906	31531	-938	39370	-

Отраслевая специализация региона является – сельское хозяйство. Для сельского хозяйства важнейшее значение имеют природно-климатический потенциал. Краснодарский край обладает благоприятными природно-климатическими условиями,

плодородными почвами. Кроме этого, данная отрасль активно поддерживается государством [3]. В результате рост продукции сельского хозяйства за рассматриваемый период увеличился на 63%.

Таблица 2. Отраслевая структура валового регионального продукта Краснодарского края [2]

Показатель	Млн. руб.		В % к итогу	
	2019 г	2021 г	2019 г	2021 г
Валовой региональный продукт (валовая добавленная стоимость в основных ценах)	2577131	2098754	100	100
в том числе: сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	262826	278435	10,2	10,7
добыча полезных ископаемых	12681	13478	0,5	0,5
обрабатывающие производства	267921	253924	10,4	9,7
обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	53519	49694	2,1	1,9
водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	18815	20937	0,7	0,8
строительство	161675	151194	6,3	5,8
торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	373289	410894	14,5	15,8
транспортировка и хранение	380247	374478	14,7	14,3
деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	74798	68967	2,9	2,6
деятельность в области информации и связи	64668	65963	2,5	2,5
деятельность финансовая и страховая	4737	6498	0,2	0,2
деятельность по операциям с недвижимым имуществом	319541	322927	12,3	12,3
деятельность профессиональная, научная и техническая	76934	90111	3,0	3,4
деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	66031	63107	2,6	2,4
государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	145876	156950	5,7	6,0
образование	89318	89080	3,5	3,4
деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	142563	149145	5,5	5,7
деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	44935	36053	1,7	1,4
предоставление прочих видов услуг	16757	14920	0,7	0,6
Производство валового регионального продукта в расчете на душу населения, руб.	455175	460720	x	x
Удельный вес в сумме валовых региональных продуктов по России, %	2,7	2,8	x	x
Удельный вес в сумме валовых региональных продуктов по ЮФО, %	39,0	39,0	x	x

Согласно данным таблицы 2, можно сделать вывод, что наибольшую долю в структуре валового регионального продукта Краснодарского края в 2021 г. занимал доход от оптовой и розничной торговли, а также от ремонта автотранспортных средств и мотоциклов. При этом, важно отметить, что Краснодарский край является аграрным регионом, тем не менее в ВРП края доход от деятельности сельского, лесного хозяйства, охоты, рыболовства и рыбоводства в анализируемый период составлял порядка 10%.

В структуре ВРП края необходимо обратить внимание на долю, занимаемую доходом от транспортировки и хранения, а именно в 2021 г. она составила 14,3%, что обуславливается наличием двух морских портов для экспорта зерна и прочих сельскохозяйственных культур.

Отмечается высокая доля ВРП Краснодарского края в структуре ВРП Южного

федерального округа, а именно в 2021 г. она составила 39%.

Для анализа меры существенности различий структур используются обобщающие критерии: коэффициент К. Гатева, индекс А. Салаи, индекс Рябцева.

Значения индекса А. Салаи изменялись в пределах 0,01-0,02, что свидетельствует о тождественной отраслевой структуре валового регионального продукта Краснодарского края по сравнению с предыдущим годом (табл. 3).

Вариация коэффициента К. Гатева более значительна от 0,01 до 0,149. Изменения отраслевой структуры валового регионального продукта Краснодарского края согласно интегральному коэффициенту структурных различий находились на низком уровне, и лишь по группе «деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений» имел существенное значение.

Таблица 3. Обобщающие критерии анализа меры существенности различий отраслевой структуры валового регионального продукта Краснодарского края, 2019-2021 гг.

Наименование показателя	Коэффициент К. Гатева	Индекс А. Салаи	Индекс В.М. Рябцева
сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	0,001	0,005	0,024
добыча полезных ископаемых	0,001	0,001	0,001
обрабатывающие производства	0,001	0,008	0,035
обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	0,070	0,011	0,050
водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	0,079	0,015	0,067
строительство	0,002	0,009	0,041
торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	0,001	0,010	0,043
транспортировка и хранение	0,001	0,003	0,014
деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	0,052	0,013	0,055
деятельность в области информации и связи	0,000	0,000	0,000
деятельность финансовая и страховая	0,000	0,000	0,000
деятельность по операциям с недвижимым имуществом	0,000	0,000	0,000
деятельность профессиональная, научная и техническая	0,042	0,014	0,063
деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	0,045	0,009	0,040
государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	0,001	0,006	0,026
образование	0,008	0,003	0,014
деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	0,001	0,004	0,018
деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	0,149	0,022	0,097
предоставление прочих видов услуг	0,081	0,018	0,077

Расчет индекса В.М. Рябцева показало весьма низкий уровень различий изменения отраслевой структуры валового регионального продукта Краснодарского края.

За последние годы усиливается ориентация региона на внешний рынок – как по физическим и стоимостным объемам товарооборота, так и по темпам прироста внешнеэкономической деятельности по сравнению с темпами прироста ВРП. Однако, Краснодарский край сохраняет международную специализацию с выраженной сырьевой направленностью.

В заключении необходимо отметить, что Краснодарский край имеет все условия для успешного развития экономики и достижения высоких показателей в ряде отраслей. В частности, краевое правительство активно работает над привлечением инвестиций и поддержкой предпринимательской деятельности.

Одной из перспективных отраслей является туризм. Краснодарский край известен своими живописными пейзажами и природными богатствами, что привлекает множество туристов каждый год. Важную роль в развитии туризма играют также спортивные мероприятия, проводимые в регионе.

Еще одной перспективной отраслью является сельское хозяйство и переработка сельскохозяйственной продукции. Климатические условия края позволяют получать высокие урожаи различных культур, а наличие развитой инфраструктуры и обширного рынка сбыта создают благоприятный

фон для инвестирования в данную отрасль.

Крупный потенциал имеет также логистическая инфраструктура края. Благодаря расположению на перекрестке множества транспортных коридоров и развитию современной логистической базы, Краснодарский край имеет возможности для активного развития транспортно-логистических услуг и увеличения объемов грузоперевозок.

В целом же, экономика Краснодарского края оценивается как динамично развивающаяся.

В то же время следует отметить некоторые проблемы, которые мешают полноценному развитию экономики края. Одной из них является нехватка высококвалифицированных специалистов во многих отраслях. Также присутствуют проблемы с доступностью финансирования для малого и среднего бизнеса.

Кроме того, будущее Краснодарского края связано с международными контактами. Регион имеет большой экспортный потенциал за счет присутствия в нем международных портов и широких транспортных связей. Высокий туристический потенциал также делает его привлекательным для зарубежных инвесторов.

Технические инновации и новые технологии также являются важным фактором для экономического развития Краснодарского края. Регион обладает мощной базой высоких технологий, что способствует развитию инноваций и научных исследований.

Библиографический список

1. Аверина, Т.Н. Статистические методы в экономическом анализе: направления и проблемы применения / Т.Н. Аверина, Н.Н. Левкина // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. – 2013. – №2-1. – С. 231-237.
2. Горпинченко, К. Н. Кластеризация в сельском хозяйстве (по материалам Южного федерального округа) / К.Н. Горпинченко, А.М. Ляховецкий, Е.В. Золотоног. – 2019. – № 50-1. – С. 16-20.
3. Горпинченко, К.Н. Повышение конкурентоспособности производства в сельском хозяйстве / К.Н. Горпинченко, Е.Ю. Рубан // Аллея науки. – 2018. – № 5(21). – С. 43-50.
4. Горпинченко, К. Н. Статистическая оценка эпизоотического состояния территории России / К. Н. Горпинченко, Е.А. Горпинченко, Д.О. Алферов/ // Тенденции развития науки и образования, № 92, декабрь, Ч. 5 – Самара: научн. центр «LJournal», 2022. – С. 8-11. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://doicode.ru/doifile/lj/92/trnio122022_p5.pdf.

5. Горпинченко, К.Н. Статистический анализ цен на сельскохозяйственную продукцию / К.Н. Горпинченко, Ю.А. Ломакина // Перспективы развития науки и образования: сборник научн. трудов по материалам Междунар. научно-практич. конф. 30 апреля 2018 г.: в 2 частях. Ч. II. – М.: ООО «АР-Консалт, 2018. – С. 126-134.

6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

7. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.krsdstat.ru>.

METHODS OF STATISTICAL ANALYSIS AS ONE OF THE TOOLS FOR ASSESSING THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE KRASNODAR TERRITORY

K.N. Gorpinchenko, *Doctor of Economic Sciences, Professor*

A.S. Zakaryan, *Student*

Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin
(Russia, Krasnodar)

***Abstract.** This scientific article examines the features of the economic development of the Krasnodar Territory using statistical analysis methods. The analysis of the main socio-economic indicators of the region is carried out. The dynamics and structure of the gross regional product are investigated. As a result, a proposal was formulated on promising areas of economic development of the Krasnodar Territory.*

***Keywords:** region, statistics, economy, development, Krasnodar Territory, economic analysis, gross regional product.*

ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ АНАЛИЗА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ

В.А. Гребенникова, *канд. экон. наук, доцент*
К.С. Беляев, *магистрант*
Кубанский государственный университет
(Россия, г. Краснодар)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-149-153

Аннотация. В статье рассмотрено применение статистических методов анализа платежеспособности строительного предприятия. Для проведения исследования были отобраны ключевые методы статистики. В результате анализа платежеспособности выявлены конкретные закономерности и взаимосвязи между факторами, оказывающими на неё влияние.

Ключевые слова: платежеспособность, статистические методы, корреляционно-регрессионный анализ, коэффициент текущей ликвидности, строительная отрасль.

Формирование политики управления платежеспособностью предприятия строительной отрасли, как составной части антикризисного менеджмента способствует определению оптимальной структуры активов, источников формирования имущества, достаточного для обеспечения долгосрочной эффективной производственно-финансовой деятельности. Предприятия отрасли строительства имеют специфические особенности по учету, оценке и управлению активами и пассивами в рамках обеспечения потребности в финансировании.

Строительные компании обладают технико-экономическими особенностями строительного производства, а их продукция является капиталоемкой, что обуславливает необходимость изучения степени платежеспособности предприятий строительной сферы для понимания дальнейших тенденций развития в рамках отдельной компании.

Наиболее детально исследование платежеспособности предприятий строительной отрасли возможно с помощью статистических методов, поскольку их применение позволяет выявить влияние факторов изменений отдельных видов активов и источников их покрытия, установить связь между величинами, финансовыми коэффициентами, отражающими платежеспособность внутри предприятия и в сравнении с отраслевыми значениями.

Статистические методы анализа платежеспособности предприятий отрасли строительства позволяют более достоверно и объективно оценивать уровень погашения обязательств перед кредиторами, устанавливать прогнозный результат платежеспособности в будущих периодах.

В научной статье В.А. Гребенниковой и Е.И. Белоусовой «Прогнозирование банкротства строительных компаний как фактор стабилизации их финансовой устойчивости» подробно анализируются проблемы, связанные с финансовой нестабильностью, неплатежеспособностью и банкротством строительных компаний. Особое внимание уделяется прогнозированию вероятности банкротства, изучению факторов, вызывающих финансовые трудности, и разработке комплекса мер, направленных на их решение [2].

Результаты исследования. Статистические методы анализа платежеспособности предприятия обширны. В настоящем исследовании на примере ПАО «Инград» рассмотрим применение следующих статистических методов: коэффициентный анализ, сравнение в ретроспективе и с показателями строительной отрасли, темпы прироста, медиана, графический, табличный, прогнозирование, корреляционно-регрессионный анализ.

В соответствии с представленными расчётными значениями, проведенными на основании данных агрегированного балан-

са (табл. 1), отмечается снижение всех коэффициентов платежеспособности в 2021 г. по отношению к предыдущему го-

ду с последующим улучшением ситуации в 2022 г. (табл. 2).

Таблица 1. Агрегированный баланс ПАО «Инград» за 2020-2022 гг., тыс. руб. [10, 11]

Показатель	Дата		
	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2022
Итого внеоборотных активов	116955862	112363143	111290867
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	28237159	37159586	36626117
Денежные средства и денежные эквиваленты	2848111	319648	295448
Прочие оборотные активы	2669144	588742	3145
Итого оборотных активов	69278007	70290412	71309458
Итого капитала и резервов	94038398	91454287	92706706
Итого долгосрочных обязательств	80204752	73715125	80390292
Доходы будущих периодов	0	0	0
Оценочные обязательства	62398	79536	80508
Итого краткосрочных обязательств	11990719	17484143	9503327
ВАЛЮТА БАЛАНСА	186233869	182653555	182600325

Таблица 2. Динамика показателей платежеспособности ПАО «Инград» за 2020-2022 гг. [10, 11]

Показатель	Медиана по отрасли	Период			Изменение	
		2020	2021	2022	2021/2020 гг.	2022/2021 гг.
Коэффициент абсолютной ликвидности (> или =0,2)	0,08	2,59	2,11	3,89	-0,48	1,77
Коэффициент текущей ликвидности (1-2)	1,19	5,51	4,08	7,40	-1,43	3,32
Коэффициент срочной ликвидности (0,7-1)	1	5,26	3,99	7,34	-1,27	3,35
Коэффициент общей ликвидности (1-2)	0,8	5,27	4,07	7,50	-1,21	3,43
Коэффициент обеспеченности собственными средствами (>0,1)	0,08	-0,39	-0,29	-0,26	0,10	0,03

Коэффициент абсолютной ликвидности составил 3,89 в 2022 г., что на 1,77 выше предыдущего года. Высокое значение показателя в сравнении с медианой по отрасли «строительство» связано с ростом финансовых вложений и снижением краткосрочных обязательств.

Коэффициент текущей ликвидности превышает рекомендуемые значения ввиду снижения краткосрочных обязательств более быстрыми темпами в сравнении с оборотными активами.

Коэффициент срочной ликвидности выше единицы и составил 7,34 в 2022 г. (+3,35 к 2021 г.). Данный коэффициент превышает в 7 раз среднеотраслевые показатели, что говорит о неоптимальной структуре капитала. При этом коэффициент обеспеченности собственными средствами имеет отрицательные значения за все периоды ввиду низкой величины собственного капитала, который не покрывает внеоборотные активы, которые составляют свыше 60% в структуре активов.

На основании проведенного анализа было выявлено:

- Предприятие способно в краткосрочном и среднесрочном периоде погасить обязательства.

- Предприятие недостаточно эффективно использует оборотные активы.

- Отмечается ускорение оборачиваемости оборотного капитала в части запасов, повышение платежеспособности предприятия, о чем свидетельствует значение срочной ликвидности.

- Недостаточная величина собственного капитала для обеспечения платежеспособности, внеоборотные активы сформированы за счет заемного капитала, преимущественно долгосрочного.

Наиболее точной моделью установления зависимости между переменными и прогнозирования значений на перспективу является корреляционно-регрессионный анализ платежеспособности. В качестве переменной возьмем коэффициент текущей ликвидности, как отражение общей

платежеспособности предприятия ПАО «Инград». Факторами, влияющими на ликвидность, станут: коэффициенты платежеспособности, рассчитанные в таблице 2, поскольку они уже отражают соот-

ношения активов и пассивов. Результаты расчета представим в таблице 3.

Согласно данным таблицы 3 можно судить о тесной взаимосвязи влияния факторов на платежеспособность предприятия.

Таблица 3. Корреляционная матрица влияния факторов на платежеспособность ПАО «Инград» [3, 7]

	Коэффициент текущей ликвидности	Коэффициент абсолютной ликвидности	Коэффициент срочной ликвидности	Коэффициент общей ликвидности	Коэффициент обеспеченности собственными средствами
Коэффициент текущей ликвидности	1				
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,98	1			
Коэффициент срочной ликвидности	0,99	0,99	1		
Коэффициент общей ликвидности	0,99	0,99	0,99	1	
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,29	0,46	0,35	0,38	1

Наиболее сильное влияние на платёжеспособность оказывают факторы:

- Коэффициент срочной ликвидности – 0,99.
- Коэффициент общей ликвидности – 0,99.
- Коэффициент абсолютной ликвидности – 0,98.

Слабая связь отмечается между коэффициентом обеспеченности собственными

средствами и платежеспособностью, поскольку предприятие обращается к заёмному капиталу, как к источнику покрытия обязательств.

R-квадрат показывает значение в 0,98, множественный R равен 0,99, что указывает на наличие абсолютной связи между рассматриваемыми факторами и исследуемой переменной – платежеспособностью (табл. 4).

Таблица 4. Регрессионная статистика

Вывод итогов	Значение
Регрессионная статистика	
Множественный R	0,99
R-квадрат	0,98
Нормированный R-квадрат	65535
Стандартная ошибка	0
Наблюдения	3
У-пересечение	0

Данные значения показывают качество построенной модели. У-пересечение равно 0 и свидетельствует о том, что если все факторы будут равны нулю, то платежеспособность также будет равна нулю. С

помощью корреляционно-регрессионного анализа представим поле корреляции переменных: коэффициенты срочной и абсолютной ликвидности (рис. 1).

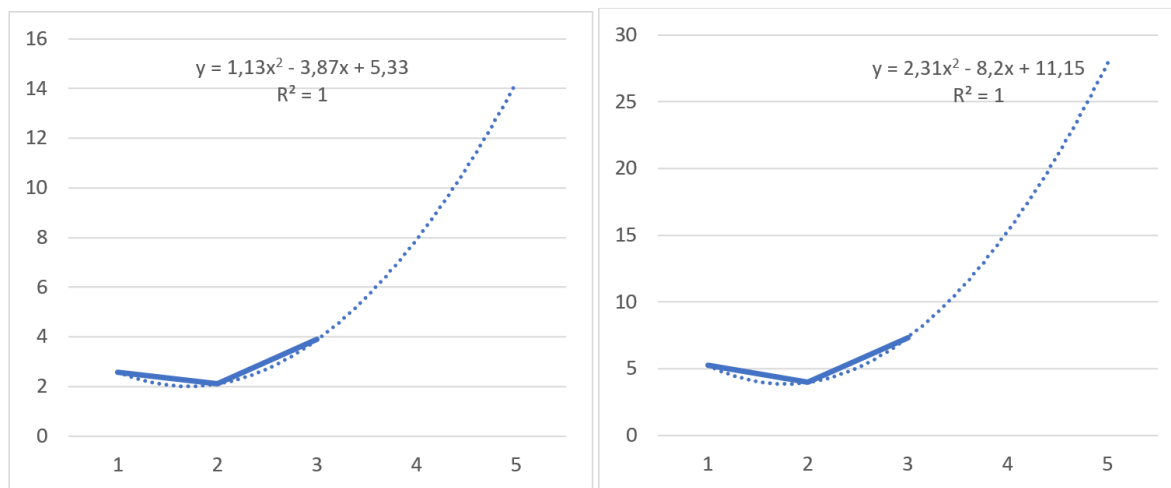


Рис. 1. Поле корреляции переменных: коэффициенты срочной (слева) и абсолютной (справа) ликвидности

Согласно прогнозным значениям на ближайшие два отчетных периода – 2023, 2024 гг. ПАО «Инград» имеет восходящий тренд платежеспособности, который также будет превышать медианные значения по отрасли. Это связано с осуществлением крупных инвестиционных проектов, которые подразумевают рост финансовых вложений, увеличение заемного капитала в структуре пассивов, преимущественно за счет долгосрочных заемных ресурсов.

Таким образом, платёжеспособность ПАО «Инград», как представителя строительной отрасли, имеет специфику и особенности управления имуществом и источниками покрытия обязательств. Несмотря на положительную динамику платёжеспособности в 2022 г. и превышения показателей платёжеспособности над компаниями отрасли существуют риски ее ухудшения в среднесрочном и долгосрочном периоде за счет политики привлечения долгосрочного заемного капитала и недостаточно эффективного управления оборотными активами.

Заключение. Проведенная оценка платежеспособности ПАО «Инград» с помо-

щью статистических методов анализа показала их достоверность, обширность расчетов, возможность сравнения различных переменных, установления и влияния их друг над друга с целью выработки управленческих решений по управлению платежеспособностью предприятия строительной отрасли. В результате можно сделать вывод о необходимости ПАО «Инград» проведении следующих мероприятий:

- Более эффективное управление оборотным капиталом: запасами, денежными средствами, финансовыми вложениями, дебиторской задолженностью с целью установления ликвидной структуры баланса и ускорения оборачиваемости активов.

- Снижение зависимости от долгосрочных обязательств и реструктуризация задолженности в краткосрочные заемные ресурсы с целью покрытия обязательств в среднесрочном и долгосрочном периоде, а также обеспечения покрытия собственным капиталом оборотных активов.

Данные мероприятия будут способствовать повышению ликвидности предприятия и установлению оптимальной структуры баланса.

Библиографический список

1. Башкатов, В.В. Анализ ликвидности и платежеспособности по данным бухгалтерского баланса / В.В. Башкатов, А.А. Овсиенко // Развитие экономики в условиях цифровизации и ее информационное обеспечение: Материалы Международной научной конференции молодых ученых и преподавателей вузов, Краснодар, 22-24 апреля 2021 года. – Краснодар: Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, 2021. – С. 227-234.

2. Белоусова, Е.И. Прогнозирование банкротства строительных компаний как фактор стабилизации их финансовой устойчивости / Е.И. Белоусова, В.А. Гребенникова // Экономика устойчивого развития. – 2019. – № 3 (39). – С. 166-169.
3. Жарикова, Е.Ю. Использование экономико-математических методов в процессе оценки факторов, влияющих на финансовую устойчивость промышленной организации / Е.Ю. Жарикова, Т.А. Кулаговская // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. – 2017. – № 2. – С. 61-65.
4. Мерзлякова, А.С. Методы оценки платежеспособности в системе финансовой диагностики хозяйствующего субъекта / А.С. Мерзлякова, Л.Ф. Назмиева, И.Г. Гаджихмедова // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2021. – № 9(131). – С. 101-106.
5. Савицкая, Г.В. Экономический анализ: учебник. – 15-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2023. – 587 с.
6. Солосина, А.И. Статистический анализ ликвидности активов организации // Экономика, управление, финансы: материалы VIII Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2018 г.). – Краснодар: Новация, 2018. – С. 25-28.
7. Сподарева, Е.Г. Применение корреляционно-регрессионного анализа для оценки финансовой устойчивости предприятия / Е.Г. Сподарева, Т.С. Кузьмина // Вестник Уральского института экономики, управления и права. – 2020. – № 4 (53). – С. 27-34.
8. Стукова, Ю.Е. Применение метода корреляционного анализа в оценке ликвидности и платежеспособности организаций / Ю.Е. Стукова, Д.К. Иваницкий, М.И. Савченко, В.Д. Лукашова // Естественно-гуманитарные исследования. – 2021. – № 36(4). – С. 238-241.
9. Шогенов, Б.А. Оценка платежеспособности и ликвидности предприятия как элемент его финансовой устойчивости (теоретический аспект) / Б.А. Шогенов, З.К. Абазова // Научные известия. – 2019. – № 17. – С. 81-87.
10. Центр раскрытия корпоративной информации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=1664&attempt=1>.
11. Testfirm // среднеотраслевые показатели платежеспособности. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.testfirm.ru/finfactor/currentratio/>.

PRACTICAL EXPERIENCE IN THE APPLICATION OF STATISTICAL METHODS FOR ANALYZING THE SOLVENCY OF CONSTRUCTION COMPANIES

V.A. Grebennikova, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

K.S. Belyaev, *Graduate Student*

Kuban State University
(Russia, Krasnodar)

***Abstract.** the article considers the use of statistical methods for analyzing the solvency of a construction company. Key statistical methods were selected for the study. As a result of the analysis of solvency, specific patterns and relationships between the factors influencing it were revealed.*

***Keywords:** solvency, statistical methods, correlation-regression analysis, current liquidity ratio, construction industry.*

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАЗНАЧЕЙСТВА РОССИИ ПО ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ ВНУТРЕННЕГО ГОСУДАРСТВЕННОГО (МУНИЦИПАЛЬНОГО) ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ

Г.М. Гурджиев, *магистрант*
Южный федеральный университет
(Россия, г. Ростов-на-Дону)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-154-158

Аннотация. Представленный текст посвящен анализу результатов деятельности Федерального казначейства в части контроля в финансово-бюджетной сфере. Цель исследования заключается в анализе динамики основных показателей результатов деятельности Казначейства России по внутреннему государственному (муниципальному) финансовому контролю. В качестве результатов автором сопоставлены статистические данные в семилетней динамике и выявлены направления динамики основных показателей контрольной деятельности.

Ключевые слова: Федеральное казначейство, финансовый контроль, внутренний государственный (муниципальный) финансовый контроль, контрольные мероприятия, финансово-бюджетная сфера.

Финансовый контроль в бюджетной сфере является важной составляющей в процессе эффективного решения задач, связанных с социально-экономическим развитием государства, позволяющий выявлять, анализировать и пресекать ошибки (недостатки) в области бюджетного и финансово-экономического планирования. В условиях цифровой модернизации российской экономики и санкционного давления все большее значение приобретает четкое функционирование механизмов государственной финансовой поддержки приоритетных технологий [1] и форм предпринимательской деятельности [2], что представляется недостижимым без отработки инструментария действенного государственного финансового контроля. Функции финансового контроля занимают одно из ключевых мест в многообразной системе государственного механизма. Соответственно, неэффективное управление бюджетными ресурсами влечет значительный ущерб обществу, порождает коррупцию, тормозит экономические и социальные реформы в стране, в этой связи деятельность контрольно-ревизионного органа внутреннего государственного (муници-

пального) финансового контроля (далее – ВГ(М)ФК) занимает ключевую роль в развитии экономики Российской Федерации.

Для определения важности ВГ(М)ФК целесообразным является анализ существующих статистических данных из официальных источников Федерального казначейства.

Результаты исследования. Рассмотренным базовым периодом в анализе статистических данных результатов ВГ(М)ФК был избран 2016 год, с периода передачи полномочий по государственному контролю и надзору в финансово-бюджетной сфере Казначейству России [3].

Под основными показателями результатов деятельности в исследовании имеются в виду:

1. Количество контрольных мероприятий.
2. Количество проверяемых средств.
3. Количество выявленных нарушений.

Информационная база складывалась на основе Отчетов о результатах контрольной деятельности органа ВГ(М)ФК и докладов о результатах работы Федерального казначейства (табл. 1).

Таблица 1. Результаты основных показателей ВГ(М)ФК [4]

Показатель	Ед. изм.	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Количество контрольных мероприятий	единиц	5014	8250	7041	5636	3131	6908	2958
Количество проверяемых средств	млрд. руб.	5040,9	4126,3	7324,8	6714,9	2043,9	7135,2	5148,8
Количество выявленных нарушений	млрд. руб.	681,9	735,9	2387,9	2041,2	1041,3	1163,3	589,9

Общий показатель количества контрольных мероприятий в динамике свидетельствует о сильном падении итогов двух периодов от среднего числа, составляющего 5 563 контрольных мероприятий. Так, в 2020 году разница составила 2 432 контрольных мероприятий (43,7%), в 2022, в свою очередь, отклонение составило на 2 605 контрольных мероприятий (46,8%). Серьезное снижение результатов связано с мораторием на проведение контрольных мероприятий объектов контроля в соответствии с постановлениями Правитель-

ства Российской Федерации от 03.04.2020 № 438, от 14.04.2022 № 665. Стоит отметить, что данные меры являются в качестве одной из антикризисных мер, так как снижение контроля позволяет поддерживать экономику в условиях кризиса (санкций). Остальные периоды показывают значения выше среднего показателя.

Структура показателя количества контрольных мероприятий делит на две категории, а именно на плановые и внеплановые (табл. 2).

Таблица 2. Количество плановых и внеплановых контрольных мероприятий [4]

Показатель	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Плановые контрольные мероприятия	3652	5240	4749	4857	2037	5004	2233
Внеплановые контрольные мероприятия	1362	3010	2292	735	1094	1904	725

В структуре показателя количества контрольных мероприятий наиболее важным для анализа можно считать плановые контрольные мероприятия, так как данный показатель более объективно свидетельствует о динамике ВГ(М)ФК. На основе данных видно, что периоды, в которых полноценно велась контрольная деятельность, имели максимальные колебания не более 10%. Таким образом, результаты свидетельствуют стагнацию.

Средний результат показателя количества проверяемых средств по периодам составляет 5 362,1 млрд. руб., следова-

тельно, в периоды 2018, 2019, 2021 годов результаты показателя находились выше средней отметки. Самыми высокими результатами отмечаются 2018 и 2021 годы, разница составляет 1962,7 и 1773,1 млрд. руб., в процентном соотношении, это 36,6% и 33,06%. Также можно заметить, что, несмотря на наименьший результат показателя количества контрольных мероприятий из представленных периодов, в 2022 году отклонение от среднего значения составило менее 4%. В целом тенденцию данного показателя можно считать положительной (рис. 1).



Рис. 1. Динамика объема проверяемых средств при осуществлении ВГ(М)ФК

Одним из важнейших факторов эффективности деятельности ВГ(М)ФК выступает показатель количества выявленных нарушений. Среднее значение показателя по периодам – 1234,48 млрд. руб., что составляет 23% от среднего значения проверяемых средств, это, в свою очередь, под-

тверждает тезис о важности контрольной деятельности в финансово-бюджетной сфере ввиду выявления внушительной части нарушений. Однако результаты показателя в динамике демонстрируют снижение (рис. 2).

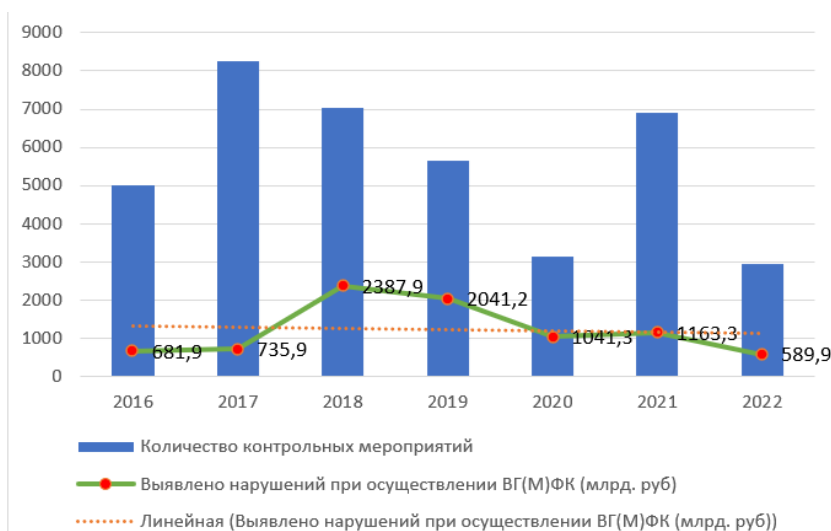


Рис. 2. Динамика выявленных нарушений при осуществлении ВГ(М)ФК

Статистические данные показали, что наибольший объем выявленных средств был в период 2018 и 2019 года, их доля

была свыше 30%, наименьший результат был в отчетном году, составив 589,9 млрд. руб. (11,46%) (рис. 3, 4).

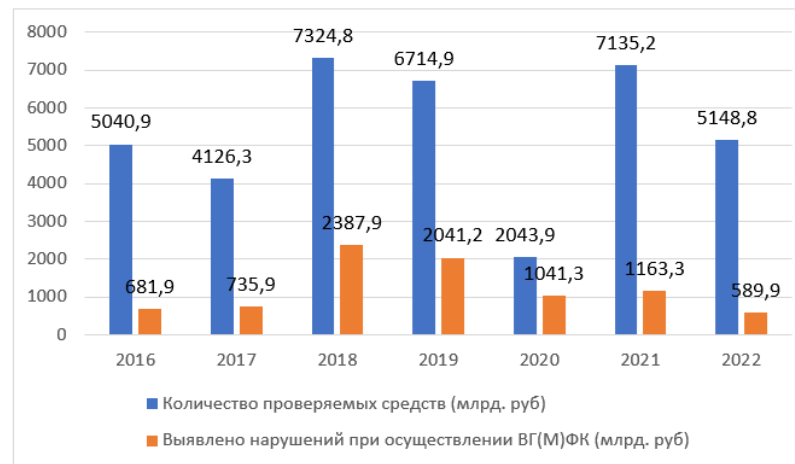


Рис. 3. Соотношение количества проверяемых средств и выявленных нарушений при осуществлении ВГ(М)ФК

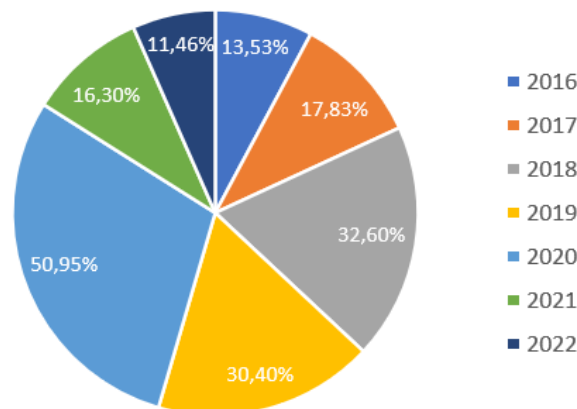


Рис. 4. Процент выявленных нарушений от количества проверяемых средств при осуществлении ВГ(М)ФК

Заключение. Подводя итог представленного выше анализа результатов деятельности Федерального казначейства в части контроля в финансово-бюджетной сфере, отметим, что в ходе исследования получены следующие результаты:

Во-первых, автором сопоставлены статистические данные в семилетней динамике, с момента передачи полномочий по государственному контролю и надзору в финансово-бюджетной сфере Казначейству России.

Во-вторых, проведенный автором анализ результатов основных показателей де-

ятельности Федерального казначейства по ВГ(М)ФК выявил:

– динамика показателя количества контрольных мероприятий находится в состоянии стагнации.

– показатель количества проверяемых средств демонстрирует рост в динамике.

– результаты количества выявленных нарушений свидетельствуют об отрицательной динамике, однако процент среднего значения от количества проверяемых средств показал 23%. Что является внушительным значением, который подтверждает тезис о важности контрольной деятельности в финансово-бюджетной сфере.

Библиографический список

1. Шевченко Д.А., Болотин Ю.О. Стимулирование инвестиций для развития сквозных цифровых технологий // Финансы и управление. – 2021. – № 2. – С. 29-40. DOI: 10.25136/2409-7802.2021.2.35644.
2. Мищенко К.Н., Шевченко Д.А., Абрамян Г.А. Институты финансовой поддержки бизнеса в контексте повышения конкурентоспособности региональной экономики // Экономика и управление. – 2019. – № 7 (165). – С. 89-96. DOI 10.35854/1998-1627-2019-7-89-96.
3. Гурджиев Г.М. О методологии при осуществлении внутреннего контроля в финансово-бюджетной сфере // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. – №2. – С. 117-120.
4. Федеральное казначейство Российской Федерации // Внутренний государственный финансовый контроль. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://roskazna.gov.ru/kontrol/vnutrenniy-gosudarstvennyy-finansovyuy-kontrol/> (дата обращения: 13.05.2022).

ANALYSIS OF THE PERFORMANCE RESULTS OF THE RUSSIAN TREASURY FOR IMPLEMENTATION INTERNAL STATE (MUNICIPAL) FINANCIAL CONTROL

G.M. Gurdzhiev, *Graduate Student*
Southern Federal University
(Russia, Rostov-on-Don)

***Abstract.** The proposed text is devoted to the analysis of the results of the activities of the Federal Treasury in terms of control in the financial and budgetary sphere. The results of the study are presented in the analysis of the dynamics of the main results of the activities of the Treasury of Russia in terms of internal state (municipal) financial control. As a result, the author presents statistical data in seven-year dynamics and determines the directions of the main indicators of control activity.*

***Keywords:** Federal Treasury, financial control, internal state (municipal) financial control, control measures, financial and budgetary sphere.*

СОТРУДНИЧЕСТВО ТАМОЖЕННЫХ СЛУЖБ ПО ЗАЩИТЕ КУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

А.С. Гусева, студент

Д.М. Гончарова, студент

В.М. Михальченко, студент

Научный руководитель: Р.Р. Ахмедзянов, доцент

Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского
(Россия, г. Калуга)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-159-162

Аннотация. В статье представлена актуальность таможенного сотрудничества по защите культурных ценностей, поскольку все еще присутствует проблема контрабанды культурных ценностей, а также их пропажи. В исследовании представлен анализ возбужденных дел по статье о контрабанде, а также данные по количеству пропавших культурных ценностей. В заключении приводятся пути развития таможенного сотрудничества по защите культурного наследия стран.

Ключевые слова: таможенная служба, культурные ценности, контрабанда, международное сотрудничество, ФТС РФ.

В настоящее время остро стоит вопрос о сохранении культурного наследия и культурных ценностей как национального наследия, так и мирового. Культурное наследие представляет собой множество культурных ценностей, которые представляют собой важность для населения, поскольку подразумевает неразрывную связь с культурой прошлых поколений. Каждое государство выполняет работу по сохранению национальных культурных ценностей, что включает в себя предотвращение незаконного вывоза их за пределы страны [1].

Перечень культурных ценностей, документов национальных архивных фондов и оригиналов архивных документов, подлежащих контролю при перемещении через таможенную границу Российской Федерации утвержден в соответствии с Решением Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21 апреля 2015 года № 30.

Культурные ценности, как было сказано ранее, представляю собой большое значение для культурного наследия каждого государства и каждого народа и включают в себя памятники архитектуры, искусства или истории, архитектурные ансамбли; здания, а также иные движимые или недвижимые предметы и строения [2].

Поскольку государство защищает культурные ценности от незаконного вывоза и потери, ФТС РФ, будучи органом государственной власти, уполномоченной на контроль за ввозом и вывозом товаров, проводит контроль за вывозом культурных ценностей, а также проводит расследования и дознание по уголовным делам в части контрабанды культурных ценностей. Наглядно динамика по возбужденных дел по статье о контрабанде представлена на рисунке 1.

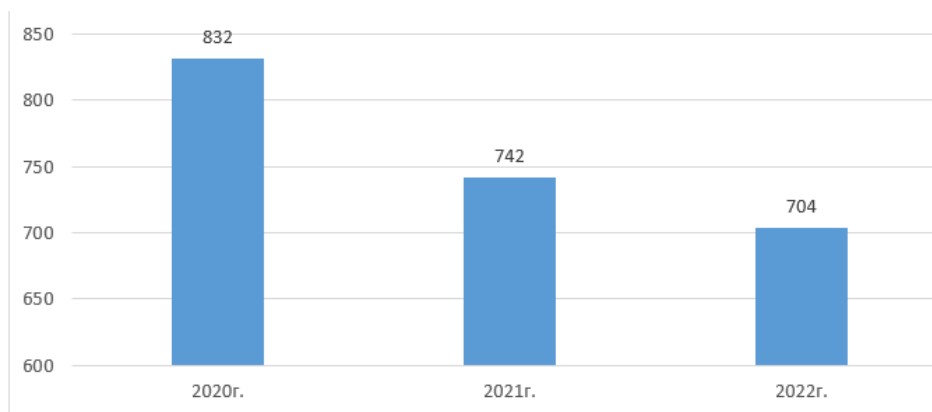


Рис. 1. Динамика возбужденных дел по статье 226.1 в 2020-2022 гг.

По данным из рисунка 1 можно увидеть, что в динамике количество возбужденных дел по статье 226.1 УК РФ (контрабанда сильнодействующих, ядовитых, взрывчатых, радиоактивных веществ, стратегически важных товаров и ресурсов, культурных ценностей, огнестрельного оружия или его основных частей, боеприпасов, иного вооружения, иной военной техники, особо ценных диких животных и водных биологических ресурсов) снизилось до показателя 704 дела в 2022 году. В 2021 году данный показатель составил 742 дела, в 2020 – 832 [3].

В 2022 году возбуждено 11 дел по статье 226.1 УК РФ в отношении культурных и исторических ценностей, в 2021 году – 9 дел.

Также, по инициативе ФТС России в 2022 году были внесены предложения для законопроекта Министерства Финансов РФ, который наделял таможенную службу России полномочиями по осуществлению дознания по УД о контрабанде стратегически важных товаров и ресурсов, в том числе культурных ценностей (статья 226.1 УК РФ).

По проведенному анализу обуславливается необходимость сотрудничества таможенных служб по всему миру с целью предотвращения контрабанды, а также пропажи культурных ценностей национального и мирового наследия.

Для выполнения данной цели таможенные органы осуществляют международный обмен информацией о культурных ценностях, которые могут быть вывезены за пределы государства по разрешитель-

ным документам, а также о тех предметах, вывоз которых запрещен.

Также сотрудничество таможенных служб проходит по направлению обмена информацией о способах незаконного перемещения культурных ценностей, а также о лицах, о которых можно полагать, что они могут заниматься подобными схемами [4].

Ведущими направлениями развития сотрудничества таможенных служб в настоящее время являются:

- расширение информационной базы данных об украденных и (или) потерянных культурных ценностях;
- широкое вовлечение новых государств и государственных структур для эффективного контроля за перемещаемыми культурными ценностями для предотвращения их пропажи или кражи [5].

Еще одним направлением по развитию взаимодействия по защите культурного наследия, станет минимизация разногласий в нормативно-правовой базе государств, с которыми взаимодействует Россия. Так, Правовые основы регулирования культурной сферы в России и Республике Армения составляют соответственно «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» и «Об основах культурного законодательства». В Республике Беларусь – это «Кодекс о культуре», а Республике Казахстан и Киргизстан – законы «О культуре». Встречающиеся разногласия в данных законах могут негативно повлиять на перемещение культурных ценностей.

Основными партнерами по сотрудничеству и противодействию незаконному перемещению культурных ценностей, ФТС РФ активно сотрудничает с Интерполом, Международным Советом музеев (ИКОМ), ЮНЕСКО.

С развитием технологий, злоумышленники внедряют в свою деятельность все более развитые способы фальсификации культурных ценностей, а также нелегального вывоза их из страны с целью продажи или иной. Таким образом, сотрудничество таможенных служб, а также иных подразделений в сфере защиты нелегального вывоза и потери культурных ценностей становится одним из главных векторов для деятельности.

Также немаловажным будет продолжать и развивать систему информирования физических лиц, вывозящих культурные ценности в личных целях, а также предпринимателей, вывозящих объекты культурного наследия на выставки и экспозиции, о правилах вывоза и обратного ввоза для всех категорий граждан.

Зачастую возникают ситуации, когда ввозимые/вывозимые культурные ценности не являются подлинными или к ним прилагаются недостоверные или неправильно заполненные разрешительные документы. ФТС РФ необходимо в качестве

направления развития таможенного сотрудничества в данной сфере, создать необходимые условия, а также как было сказано ранее, подготовить квалифицированных специалистов для того, чтобы сотрудник таможенной службы мог идентифицировать произведение искусства и принять решение о возможности пропуска данного предмета через таможенную границу.

Однако, чаще всего на сотруднике таможенного поста лежит не только ответственность за принятое решение (вплоть до уголовной), но и существует строгий временной норматив для его принятия, в отличие от квалифицированного искусствоведа, у которого отсутствует временной лимит для принятия решения, а также отсутствует степень ответственности.

Для содействия таможенному сотрудничеству в части пресечения незаконного вывоза культурных ценностей, главной задачей перед таможенными органами не только России, но и других стран, является обучение и создание высококвалифицированных кадров, проводящих таможенный контроль и осматривающих культурные ценности, так как есть возможность скрытия следов «культурного наследия» от таможенной службы, тем самым совершить нелегальный вывоз данных товаров.

Библиографический список

1. Федеральная таможенная служба: официальный сайт. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customs.ru>.
2. Ежегодный сборник «Таможенная служба Российской Федерации». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://customs.gov.ru/activity/results/ezhegodnyj-sborniktamozhennaya-sluzhba-rossijskoj-federaczii>.
3. Балашова К.С., Ахмедзянов Р.Р. Оценка состояния международного таможенного сотрудничества в России и перспективы его развития // *Modern Economy Success*. – 2020. – №3. – С. 86-90.
4. Бобров А.Е. Таможенное сотрудничество в сфере борьбы с незаконным оборотом культурных ценностей / А.Е. Бобров, В.А. Носиков, Б.С. Пинаев // *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*. – 2022. – № 5-2(68). – С. 235-237. – DOI 10.24412/2500-1000-2022-5-2-235-237. – EDN JHWTYS.
5. Ахмедзянов Р.Р. Роль таможенных органов в обеспечении экономической безопасности стран ЕАЭС / Р.Р. Ахмедзянов, И.В. Зотов // *Вестник Академии знаний*. – 2022. – № 50 (3). – С. 41-45.
6. Мигел А.А., Косихина О.П. Отмывание денег, нелегальные рынки, уход от налогов: старые реалии новой экономики // В сборнике: *Политэкономические императивы развития: Монография*. – М., 2019. – С. 453-461.

COOPERATION OF CUSTOMS SERVICES FOR THE PROTECTION OF CULTURAL PROPERTY

A.S. Guseva, *Student*

D.M. Goncharova, *Student*

V.M. Mikhailchenko, *Student*

Supervisor: *R.R. Akhmedzyanov, Associate Professor*

Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky
(Russia, Kaluga)

***Abstract.** The article presents the relevance of customs cooperation for the protection of cultural property, since there is still a problem of smuggling of cultural property, as well as their loss. The study presents an analysis of the initiated cases under the article on smuggling, as well as data on the number of missing cultural values. In conclusion, the ways of developing customs cooperation to protect the cultural heritage of the countries are given.*

***Keywords:** customs service, cultural values, smuggling, international cooperation, Federal Customs Service of the Russian Federation.*

СОПРЯЖЕНИЕ ЭКОНОМИКИ КЫРГЫЗСТАНА И КИТАЙСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ «ОДИН ПОЯС, ОДИН ПУТЬ»

А.Д. Джаилова, канд. экон. наук, научный сотрудник

Национальный институт стратегических исследований при Президенте Кыргызской Республики
(Кыргызстан, г. Бишкек)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-163-166

Аннотация. Обоснованы возможности интеграционного сотрудничества в рамках сопряжения ЕАЭС и китайской инициативы «Один пояс, Один путь». Представлена оценка торгово-экономического и инвестиционного сотрудничества между Кыргызской Республикой и Китайской Народной Республикой. В рамках сопряжения экономики Кыргызстана с интеграционной стратегией КНР определены перспективы сбалансированного развития торгово-экономического сотрудничества, дальнейшей реализации крупных инфраструктурных проектов в развитии транспорта, логистики, рационального использования водно-энергетического потенциала страны.

Ключевые слова: сопряжение экономики, внешняя торговля, экспорт, импорт, инвестиции, проекты.

В настоящее время активно происходят усложнения процессов интеграции, создания и развития внутри интеграционных формирований новых направлений экономического сотрудничества, развитию конкуренции между ними, что отражается на современных подходах в их исследовании. В этой связи, следует согласиться с исследователями, которые справедливо указывают, что среди всех факторов, от которых в решающей степени зависит конкурентоспособность национальных экономик, в последнее время доминирует уровень и формат интеграции [1].

В рамках Шанхайской Организации Сотрудничества (ШОС) две крупные мировые экономические державы – Российская Федерация (РФ) и Китайская Народная Республика (КНР) проводят сбалансированную и активную политику по углублению интеграционных процессов. Усилия РФ направлены на развитие Евразийского экономического союза (ЕАЭС), членами которой также являются Кыргызстан и Казахстан.

КНР активно реализует программу создания экономического пояса Шелкового пути и морского Шелкового пути XXI века (инициатива «Один пояс и один путь»). Страны Центральной Азии (Таджикистан, Узбекистан, Казахстан, Кыргызстан), вы-

ступив с проектами сопряжения собственных планов национального развития, постепенно вовлекаются в реализацию данной экономической стратегии КНР [2]. В данном случае, на наш взгляд, речь идет в перспективе о слиянии крупных региональных интеграционных формирований и развитии межблокового евразийского партнерства. Речь должна идти в русле сопряжения указанных двух глобальных экономических стратегий на евразийском пространстве.

Развитие и углубление интеграционных процессов в ЕАЭС на основе проведения согласованной макроэкономической политики, должно обуславливать устойчивое развитие экономик государств-членов с использованием интеграционного потенциала Союза и конкурентных преимуществ каждой из стран. Активное участие в программе КНР позволит странам Центральной Азии, в том числе и Кыргызстану модернизировать транспортную систему, развить альтернативные пути выхода на рынки третьих стран.

Развитие региональной экономической интеграции, широкомасштабное участие Кыргызстана в интеграционных формированиях создают благоприятные условия для сбалансированного и динамичного развития национальной экономики. Как

известно среди стран ЕАЭС Кыргызстан практически первым стал членом ВТО, что позволило ускоренным путем налаживать и развивать торговые связи с КНР и способствовало превращению нашей республики в буферную зону, своеобразного торгового моста, связывающего остальные страны СНГ с КНР. В связи с реализацией интеграционной стратегии КНР» кыргызско-китайские отношения вышли на новый уровень.

Высокими темпами развивается взаимная торговля. Взаимный товарооборот Кыргызстана и КНР вырос с 128,0 млн. долл. США в 2005 г. до 1527,9 млн. долл. США в 2021 г., т. е., почти в 11,9раза. Причем темпы роста внешнеторгового

оборота Кыргызской Республики (КР) и КНР были значительно выше (более чем в 2,5-3,0 раза), чем в целом темпы роста общего внешнеторгового оборота КР. В результате такого опережающего роста торгового сотрудничества удельный вес внешнеторгового оборота КНР в общем внешнеторговом обороте КР последовательно увеличивался с 7,2% в 2005 г., до 13,9% в 2010 г. и до 21,1% в 2021 г. И в настоящее время КНР является одним из основных торговых партнеров КР, занимая второе место по объему внешней торговли после Российской Федерации (для сравнения доля Российской Федерации составила в 2021 г. 31,6%) (табл. 1).

Таблица 1. Развитие внешней торговли Кыргызской Республики с Китайской Народной Республикой, млн долл. США [3]

Показатели	2005г	2010г.	2015г.	2021г
Внешнеторговый оборот-всего:	1773,0	4978,7	5745,0	7 229,0
в т.ч с КНР	128,0	694,5	1085,0	1527,9
Коэф. роста по сравнению с 2005 г.:	-	2,8	3,2	4,0
в т.ч с КНР	-	5,4	8,4	11,9
Уд. вес КНР в общем товарообороте КР, в %	7,2	13,9	18,8	21,1

Отмечая положительные тенденции, нельзя не отметить значительного преобладания во внешнеторговом обороте импорта с КНР над экспортом из Кыргызстана в КНР (в 22,8 раза), что создает определенные угрозы для усугубления отрицательного сальдо внешней торговли Кыргызстана с КНР. В этой связи при сопряжении экономик Кыргызстана в рамках реализации «ЭПШП» КНР необходимо иметь также ввиду реализацию мер по сбалансированности внешнеторгового оборота и значительному росту экспортного потенциала Кыргызстана в КНР. В этом отношении в последнее время определен-

ную заинтересованность предлагает и правительство КНР. Особенно КНР заинтересована в значительном увеличении из Кыргызстана экспорта экологически чистой сельскохозяйственной продукции (фруктов, продукции животноводства и др.) и предпринимает меры по обеспечению Кыргызстана необходимыми лабораторными установками для обеспечения приемлемых фитосанитарных стандартов.

Объемы поступлений прямых иностранных инвестиций из Китая за 2021 год составили 334,0 млн. долларов США и в динамике имеет тенденцию к росту (табл. 2).

Таблица 2. Поступление иностранных инвестиций в Кыргызстан из Китайской Народной Республики, млн. долл. США [3]

Показатели	2010 г.	2015 г.	2019г.	2021 г.
Инвестиции из КНР, всего:	231,0	1258,0	846,0	546,0
- прямые инвестиции	70,8	474,4	337,8	334,0
- др. инвестиции	155,1	784,0	360,0	212,0
Удельный вес КНР, в %, в:				
- общем объеме инвестиций	6,4	22,4	11,6	6,4
- прямых инвестициях	10,5	30,1	34,4	33,4
- др. инвестициях	5,7	22,0	4,9	4,0

За период 2010-2021 гг. общий объём инвестиций из КНР в Кыргызстан увеличился в 2,4 раза. В 2021 г. из общего объёма китайских инвестиций в экономику Кыргызстана свыше 60,0% составили прямые инвестиции. В настоящее время на долю КНР приходится третья часть прямых иностранных инвестиций, поступивших в республику. По объёму привлекаемых в республику прямых иностранных КНР принадлежит первое место, затем следует Турция и Россия.

КНР последовательно укрепляет свой позиции на инвестиционном пространстве Кыргызстана, вкладывая свои инвестиционные ресурсы в перспективные отрасли национальной экономики Кыргызстана (обрабатывающую промышленность, операцию с недвижимостью, сферу торговли и в геологоразведку), а также в строительство крупнейших инфраструктурных проектов.

В качестве существенного риска для развития национальной экономики, следует отметить рост внешнего долга Кыргызстана перед КНР, доля которого во внешнем государственном долге страны составила 35,0% [4]. Причем, растет долг Кыргызстана по кредитным ресурсам, направленным на реализацию в основном крупных инфраструктурных проектов (строительство альтернативной дороги «Бишкек-Ош»). В этой связи в рамках дальнейшего сопряжения национальной экономики в интеграционную стратегию КНР необходимо основной упор делать на рост прямых инвестиций в развитии приоритетных отраслей реального сектора экономики страны.

Библиографический список

1. Ушачев И.Г. Внутренние и внешние аспекты конкурентоспособности продукции АПК в условиях региональной интеграции и глобализации. – Одесса, 2014. – 14 с.
2. Песцов, С. К. Большая Евразия: что скрывает фасад вдохновляющей идеи / С. К. Песцов // Россия и АТР. – 2018. – № 1(99). – С. 8-28. – EDN YWJEYM.
3. Кыргызстан в цифрах: статсборник. – Бишкек: Нацстатком, 2022. – 364 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stat.kg>.
9. Госдолг: Кому и сколько должен Кыргызстан? – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://knews.kg>.

Последствием слабо регулируемой торгово-экономического сотрудничества КР с КНР является растущая асимметричность и дисбаланс внешнеторгового оборота нашей страны. Практически торговля товарами ведется только в направлении роста импорта их из КНР. В то же время Кыргызстан в торговле с КНР крайне неэффективно использует возможности наращивания экспорта отечественной продукции.

Одним из важных направлений сопряжения национальной экономики в интеграционную стратегию КНР является возможность обеспечения выхода Кыргызстана на мировые и региональные рынки. Важное место должна занять модернизация и развитие транспортной инфраструктуры. Следует усилить работу в направлении строительство железнодорожной магистральной «Китай-Кыргызстан-Узбекистан», учитывающий национальные интересы Кыргызстана.

Одним из насущных и нерешаемых в последние годы проблем в республике является эффективное использование водно-энергетического потенциала страны. Эта проблема давно вышла за рамки нашего государства и приняла форму межгосударственного решения с участием большинства стран Центральной Азии (ЦА). Сопряжение национальных экономик стран ЦА и участие в реализации энергетических проектов в рамках китайской инициативы создает также хорошие условия для эффективного сотрудничества Кыргызстана, Узбекистана, Казахстана в решении данной проблемы.

**CONNECTION OF THE ECONOMY OF KYRGYZSTAN AND THE CHINESE
INITIATIVE "ONE BELT, ONE ROAD"**

A.D. Dzhailova, *Candidate of Economic Sciences, Researcher*
National Institute for Strategic Studies under the President of the Kyrgyz Republic
(Kyrgyzstan, Bishkek)

***Abstract.** The possibilities of integration cooperation within the framework of conjugation of the EAEU and the Chinese initiative "One Belt, One Road" are substantiated. An assessment of trade, economic and investment cooperation between the Kyrgyz Republic and the People's Republic of China is presented. Within the framework of conjugation of the economy of Kyrgyzstan with the integration strategy of the PRC, the prospects for the balanced development of trade and economic cooperation, the further implementation of large infrastructure projects in the development of transport, logistics, and the rational use of the country's water and energy potential have been determined.*

***Keywords:** conjugation of the economy, foreign trade, export, import, investment, projects.*

ПОДХОДЫ К ПОСТРОЕНИЮ КОРПОРАТИВНОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

С.Л. Долженков, аспирант

Московский финансово-промышленный университет «Синергия»
(Россия, г. Москва)

DOI: 10.24412/2411-0450-2023-5-1-167-177

Аннотация. В статье рассматриваются подходы к построению корпоративной модели управления проектами на предприятии. Определена сущность категорий «проект», «управление проектом», «корпоративная модель управления проектами на предприятии». Особое внимание уделено вопросу актуальности интеграционного подхода в рамках корпоративной структуры. Представлена разработка механизма формирования корпоративной модели управления проектами на предприятии в рамках интегрированного подхода, схема такой модели, а также методика оценки эффективности применяемой корпоративной модели управления проектами на предприятии.

Ключевые слова: проект, управление проектом, корпоративная модель управления проектами, системный подход, процессный подход, ресурсный подход, стейкхолдерский подход, интегрированный подход к построению модели управления проектами.

Проекты являются неотъемлемой частью современной системы управления на разных уровнях государственного и частного хозяйствования. В условиях ограниченных ресурсов и временных аспектов экономической деятельности важным фактором является выбор наиболее эффективного варианта распоряжения финансовыми, материальными и временными аспектами, что определяет потребность в постоянном совершенствовании форм и методов управления. В рамках проектов происходит концентрация активов, формируются четкие векторы финансово-экономической деятельности, определяются целевые аспекты и механизмы их достижения.

Сущность и значение проектов в современной системе государственного и бизнес-управления исследованы различными

авторами и практиками, не только определяющими состав спецификаций и характеристик категории, но и участвующими в развитии методологии управления проектами, формирующими новые модели, принципы и содержание проектного менеджмента. Базовой основой любого научного направления является терминологический аппарат и сформированная в соответствии с ним система дефиниций и толкований. Основными категориями в рамках тематики данного исследования являются «проект», «управление проектом», «модель управления проектами» и «корпоративная модель управления проектами». Анализ современных мнений и дефиниций, специфики формулировок представлен в таблице 1.

Таблица 1. Анализ дефиниций категорий «проект», «управление проектом»

Автор/источник	Содержание дефиниции	Краткий комментарий
Категория «проект»		
Ж.Н. Моисеенко [10]	Проект рассматривается как фактор интеграции разных видов деятельности, под влиянием которого трансформируются цели, создаются координационные механизмы, происходит четкая детерминация в рамках временных аспектов	Преимущества: рассмотрение проекта как системы с широким составом функционала Недостатки: отсутствует индивидуализация процесса, исследование спецификаций
А.Н. Крестьянинов [9]	Проект исследуется как ограниченное временными аспектами предприятие, целью деятельности которого является создание определенного продукта, в том числе материального и нематериального	Преимущества: отражается временной аспект и целевая основа проекта Недостатки: не рассмотрен системный характер категории, не исследован ресурсный аспект
Свод знаний по управлению проектами, РМ1, США [20]	Проект определяется как сформированное в рамках ограниченных временных и ресурсных аспектов предприятие, целевой аспект которого заключается в создании какого-либо уникального продукта	Преимущества: рассмотрены важнейшие аспекты категории: ресурсы, время, цель Недостатки: не рассмотрен системный характер, не уточнено содержание продукта как результата
М.Л. Разу [16]	Автор рассматривает проект со стороны системных аспектов, определяя его как совокупную систему документационного обеспечения, проект, по мнению исследователя, представляет собой модель действий, реализация которых приведет к достижению особенной, уникальной цели	Преимущества: рассмотрены системные аспекты категории Недостатки: не рассмотрены организационные аспекты и существенные характеристики категории в контексте общей деятельности субъекта
Категория «управление проектом»		
Ж.Н. Моисеенко [10]	Управление проектами рассматривается как синтетическая дисциплина, интегрирующая знания разных направлений деятельности; как методология управления элементами проекта	Преимущества: рассмотрение проекта с точки зрения системы Недостатки: отсутствует индивидуализация процесса, исследование спецификаций
А.Н. Крестьянинов [9]	Автор рассматривает управление проектом с точки зрения методологии и координации ресурсов, мобилизуемых с целью достижения установленных результатов	Преимущества: рассмотрена методологическая составляющая управления проектом Недостатки: не исследован системный характер категории и ее элементы
М.А. Романенко [11]	Автор представляет управление проектами в рамках обобщенной категории, ориентированной на развитие перспективных аспектов и направлений в системе деятельности хозяйствующей структуры	Преимущества: обобщенность категории, ее многоаспектность и ориентированность на перспективный характер деятельности Недостатки: отсутствует описание процесса управления, его содержание
Н.А. Бочаров [2]	Исследователь отождествляет проектное управление с проектом, который реализуется в условиях ресурсных и временных ограничений	Преимущества: отражает характеристики проекта Недостатки: отсутствует описание процесса управления, его содержание

Согласно таблице 1, существуют различные мнения и описания сущности проектов и управления ими. В системе рассмотрения терминов «проект» и «управление проектом» исследователи делают акцент на системности и самостоятельности категорий, содержательном аспекте, составе элементов. Основными пробелами существующих исследований являются:

- недостаточная интеграция проектов и проектного управления с текущей деятельностью хозяйствующих структур;

- отсутствие индивидуализации проектов и проектного управления в рамках экономических и социальных систем;

- не уточняется содержание результата проекта и проектного управления, не конкретизируется состав целевых аспектов.

На основе результатов анализа актуальных дефиниций следует сделать вывод о необходимости уточнения содержания категорий. Для этого следует рассмотреть проект и управление проектом в контексте их интеграции в рамках текущей деятель-

ности субъекта. В соответствии с этим, на наш взгляд, следует выделить уровни управления проектом: уровень целеполагания; уровень планирования; уровень организации; уровень реализации; уровень интеграции процессов организации, реализации и результатов в рамках текущей деятельности (рис. 1).

Согласно рисунку 1, проект и управление проектами являются частью текущей деятельности хозяйствующего субъекта, и

от уровня интегрированности целей и всех этапов управления проектами в общую стратегию и систему текущей деятельности предприятия зависит эффективность проектов и их реализации. В соответствии с этим важным является осуществление четкого планирования и управления всеми уровнями и элементами проекта. В связи с отсутствием унифицированного мнения в отношении состава элементов проекта исследуем данный аспект подробнее.

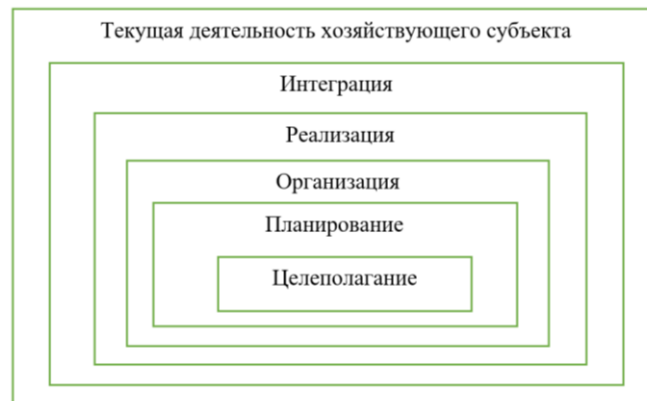


Рис. 1. Уровни управления проектом в хозяйствующем субъекте

Крестьянинов А.Н. в состав важнейших характеристик проекта включает: границы временных пределов; уникальный продукт или услугу в качестве результата реализации проекта; наличие целевого аспекта [9].

Элементы управления проектом автор рассматривает в контексте междисциплинарной науки, связанной с другими предметными направлениями (рис. 2).



Рис. 2. Элементы управления проектом в контексте рассмотрения междисциплинарных аспектов категории [9]

Адаптируя представленные на рисунке 2 области смежного взаимодействия дисциплины управления проектами с другими предметными направлениями к условиям практической деятельности, сделаем вы-

вод о взаимном влиянии системы проектного управления и производственной, кадровой, организационно-управленческой систем хозяйствующей структуры. Конкретизируя содержание общей теории

управления, следует уточнить важность соответствия проектов и структуры его управления стратегическим целям и задачам. Кроме того, система управления проектами затрагивает все структурные подразделения предприятия и его ресурсную основу, включающую персонал, сырье и материалы, технику и оборудование, финансовые ресурсы.

Моисеенко Ж.Н. считает, что проект следует идентифицировать и выделять в системе производственной деятельности хозяйствующей структуры, определяя в качестве основных характеристик однократность, не цикличность деятельности, наличие определенной идеи либо проблемы, решение которой является целевым результатом проекта. Представленные исследователем характеристики не противоречат интеграции проектного управления в текущую деятельность, при этом автор четко разделяет данные направления преимущественно по критерию разовости и цикличности [10]. Основным недостатком исследований является недостаточное рассмотрение интеграции проектного управления в систему стратегического менеджмента и реализации.

Таким образом, несмотря на популярность и достаточный уровень проработанности тематики управления проектами, остаются пробелы, связанные с недостаточным рассмотрением следующих элементов и характеристик проекта:

- соответствие целевых аспектов и модели реализации проекта стратегии хозяйствующего субъекта, способность интегрироваться в систему стратегического менеджмента;

- наличие механизмов интеграции с текущей деятельностью в контексте распределения ресурсов – человеческих, материальных, финансовых.

На основе проведенного исследования дефиниций и мнений в отношении состава характеристик категорий «проект» и «управление проектами» сформулируем следующие определения:

- проект – это интегрированная в условиях текущей деятельности система взаимосвязанных элементов, включающих ресурсы и управляющую систему, объединя-

емых в рамках определенных временных значений с целью достижения определенного результата, как правило, направленного на решение проблемных аспектов текущей деятельности, инновационное развитие производства, разработку новых направлений производства и продвижения продукции, а также реализацию других важных мероприятий, имеющих целевой аспект, ограниченных по времени и ресурсам, результат которых способствует решению важных инновационных и структурных задач в рамках определенного стратегического развития хозяйствующей структуры;

- управление проектом – это научное направление и практическая деятельность, связанные с изучением и осуществлением на практике целеполагания, планирования, организации, реализации, интеграции проектов и их результатов в рамках существующей стратегии и текущей деятельности хозяйствующих субъектов с целью повышения эффективности их деятельности за счет снижения рисков, мобилизации ресурсов и повышения эффективности их использования для достижения запланированного результата.

Управление проектом, являясь частью общей системы менеджмента предприятия, имеет обособленный управляемый объект, имеющий определенную целевую основу, а также выделенный состав ресурсов и механизм управления им. Управление проектом как подсистема менеджмента предприятия требует наличия структуры и методологии осуществления, что предполагает необходимость формирования определенной модели проектного управления, которая будет соответствовать ее внешним условиям и внутренним потребностям. Особое значение имеет структурированность процесса управления проектами, его планирование и организация в рамках масштабной корпоративной компании.

Современные исследователи приводят различные подходы к определению сущности и содержания корпоративной модели управления проектами. В.Д. Филимонов рассматривает данную модель как корпоративную систему управ-

ления проектами (КСУП), включающую определенный состав методологических, организационных и информационных аспектов, обеспечивающих процесс управления проектами в организации [17]. Особое значение, по мнению исследователя, имеют методологические решения по вопросам управления рисками, ресурсами, ответственностью и полномочиями. С точки зрения рассмотрения методологии управления проектами корпоративная система отражает определенные принципы и алгоритмы, но она отражает сам процесс осуществления управления, а не ее модель. В. Штофф рассматривает категорию «модель» как обобщенную структуру [19], которая в контексте проектного менеджмента в упрощенном виде отражает основные правила и механизмы организации системы управления проектами в корпорации.

Следовательно, корпоративную модель управления проектами на предприятии следует рассматривать как совокупность правил и принципов, определяющих механизм управления проектами в хозяйствующей структуре, основанный на примене-

нии методологии менеджмента в рамках координации вопросов, связанных с целеполаганием, планированием, организацией, реализацией, интеграцией проектов и их результатов в рамках существующей стратегии и текущей деятельности корпоративной структуры. На основе сформулированной дефиниции рассмотрим детерминанты корпоративной модели управления проектами, влияющие на эффективность ее реализации в рамках конкретной хозяйствующей структуры. По нашему мнению, состав факторной структуры в данном случае включает:

- масштаб деятельности корпорации;
- характеристика и элементы системы стратегического менеджмента;
- состав и интересы стейкхолдеров;
- механизм организации бизнес-процессов в компании;
- наличие структуры в компании, отвечающей за осуществление проектного менеджмента;
- динамичность хозяйствующей структуры, ее производственной системы, рынка (рис. 3).



Рис. 3. Детерминанты корпоративной модели управления проектами

Таким образом, согласно рисунку 3, для обеспечения эффективности применения модели управления проектами на предприятии требуется ее интеграция в существующую систему корпоративного управления таким образом, чтобы она соответствовала заданным требованиям, согласно перечню детерминант. Следовательно, каждая хозяйствующая структура

требует разработки индивидуальной модели, которая бы наиболее точно соответствовала факторным условиям и динамичности структуры. Многообразие требований в рассматриваемом контексте способствует формированию различных подходов к построению корпоративной модели управления проектами на предприятии.

Романенко М.А. в качестве основных рассматривает системный, процессный, компетентностный, функционально-инструментальный, ресурсный, ценностно-ориентированный подход [11].

И.Н. Ткаченко, М.В. Евсеева приводят стейкхолдерскую модель управления проектами [14]. Краткое описание и анализ данных подходов приведены в таблице 2.

Таблица 2. Основные подходы к построению корпоративной модели управления проектами на предприятии

Подход	Исследователи	Краткое описание
Системный	М.А. Романенко [11], Н.Д. Ильенкова [7], Б.П. Титаренко [13], В.И. Воропаев, Г.И. Секлетова [4]	Основывается на рассмотрении управления проектами как отдельной функционирующей системы, имеющей цель, управляющую и управляемые подсистемы. Эффективность системы определяет достижение целевого результата
Процессный	М.А. Романенко [11], И.В. Абрамов, Э.К. Алгазинов, М.Г. Матвеев [1]	Предполагает описание бизнес-процессов. Управление проектами строится на основе планирования и реализации бизнес-процессов. Эффективность проектного управления определяют стандартизация технологий и определение ключевых показателей для каждого бизнес-процесса
Компетентностный	М.А. Романенко [11], О.В. Россошанская [12], В.Е. Ворожищева, Н.Б. Культин [5]	Основывается на формировании команды проекта и управлении ею. Эффективность проектного управления определяет уровень компетентности персонала проекта. Аспект развития персонала является важным критерием построения системы мотивации
Функционально-инструментальный	М.А. Романенко [11], А.М. Кобзев, Л.Н. Родионова [8]	Основывается на организации управления четырьмя основными функциями: маркетинг, производство, персонал, финансы. Предполагается также деление на подфункции. Критерием эффективности управления проектами является эффективность выполнения функций
Ресурсный	М.А. Романенко [11]	В его основе лежит управление ресурсными аспектами и ресурсным потенциалом проекта. Эффективность управления определяется эффективностью использования ресурсов
Ценностно-ориентированный	М.А. Романенко [11], С.Д. Бушуев, В.М. Молоканова [3]	Основывается на управлении ценностями проекта, что способствует оптимизации системы достижения стратегических целей и задач
Устойчивости развития	М.А. Романенко [11], Ж.Ж. Жапаралиев [6]	Предполагает соблюдение принципа устойчивого развития, которое предполагает соблюдение совокупности условий обеспечения развития корпорации без причинения ущерба окружающей среде, социуму и будущим поколениям
Стейкхолдерский	И.Н. Ткаченко, М.В. Евсеева [14]	Схож с ценностно-ориентированным, но предполагает более четкое выделение стейкхолдеров и соблюдение их интересов на протяжении всего периода управления проектом и в рамках достижения целевых аспектов

Наиболее актуальными направлениями развития в данном направлении являются системный подход, устойчивости развития и стейкхолдерский. Как отмечает О.В. Россошанская, методология системного подхода является мировоззренческим инструментом в системе управления проектами [12]. В.И. Воропаев, Г.И. Секлетова представляют подробное содержание системного подхода к построению корпора-

тивной модели управления проектами на предприятии, выделяя субъектов, объектов управления, процесс управления [4]. Основным недостатком представленной исследователями схемы является отсутствие взаимосвязи между элементами, описание механизма реализации системного подхода (рис. 4).

М.А. Романенко, Ж.Ж. Жапаралиев рассматривают подход устойчивого развития

в качестве актуального направления в рамках существующих тенденций в сфере экологии, недропользования и социальной среды [11, 6]. Данный подход развивается и набирает обороты, в том числе в связи с

активным вовлечением крупных корпораций в систему устойчивого развития, в том числе в рамках маркетинговых программ и направлений.



Рис. 4. Содержание системного подхода к построению корпоративной модели управления проектами на предприятии [4]

Ткаченко И.Н., Евсеева М.В. рассматривают стейкхолдерский подход к построению корпоративной модели управления проектами на предприятии в рамках системы государственно-частного партнерства [14]. По мнению исследователей, в основе любого проекта должен быть заложен принцип законности и соблюдения интересов всех стейкхолдеров как минимум в рамках требований законодательства. Кроме того, проект создается для достижения определенных целей участников и других стейкхолдеров, таких как инвесторы, государство, общество, окружающая среда, следовательно, в основе построения системы управления проектами должен закладываться принцип соблюдения требований заинтересованных лиц.

Рассмотренные подходы представляют собой полярные направления в системе проектного менеджмента и в чистом виде используются, как правило, редко. Для корпоративной структуры, имеющей множество подразделений, ресурсного содержания, бизнес-процессов и стейкхолдеров наиболее подходящим вариантом методологического содержания в системе проектного управления является интегрированный подход. Многие авторы и исследователи рассуждают о такой потребности, но не приводят четкий механизм формирования системы управления проектами на основе интеграционных алгоритмов. В частности, о потребности в интеграции подходов говорят Товб А.С., Ципес Г.Л. [15], Шевченко Е.В. [18].

По нашему мнению, эффективное управление проектами в корпоративных структурах требует разработки особой модели, которая будет основываться на следующих принципах:

- соответствие интересам стейкхолдеров;
- ориентированность на устойчивое развитие;
- использование системного подхода;
- использование программного обеспечения, автоматизация процессов, в частности, связанных с детализацией контроля рисков и эффективности по направлениям:

эффективность бизнес-процессов, качества выполнения функциональных обязанностей участниками проектов;

- соответствие общей стратегии развития корпоративной структуры;
- интегрированность в текущую деятельность.

В соответствии с представленными принципами определен механизм формирования корпоративной модели управления проектами на предприятии в рамках интегрированного подхода. Основные этапы представлены на рисунке 5.



Рис. 5. Механизм формирования корпоративной модели управления проектами на предприятии в рамках интегрированного подхода

Согласно рисунку 5, основными характеристиками корпоративной модели управления проектами на предприятии, построенной на основе интегрированного подхода, являются соответствие требованиям стейкхолдеров, использование инструментов автоматизации бизнес-

процессов, обеспечение интеграции в систему стратегического менеджмента и текущей деятельности. Разработанная схема корпоративной модели управления проектами на предприятии в рамках интегрированного подхода представлена на рисунке 6.



Рис. 6. Корпоративная модель управления проектами на предприятии в рамках интегрированного подхода

Таким образом, согласно рисунку 6, основу интегрированного подхода должна составлять методология стейкхолдерского подхода, что обусловлено первоначальной мотивацией формирования и реализации проекта. Целевой аспект должен определяться с учетом мнений стейкхолдеров. Далее формируется ресурсная структура, определяется состав и компетенции персонала, структура управления, регламенты проектного управления. Далее определяются состав бизнес-процессов и их автоматизация. Завершающими этапами являются интеграционные аспекты проектного менеджмента в рамках стратегии и текущей деятельности. Тем самым, разработанная корпоративная модель управления проектами на предприятии основывается на совокупной системе классических подходов, включающих системный, процессный подход, компетентностный, функционально-инструментальный, ресурсный, стейкхолдерский подходы и подход на основе устойчивого развития.

Разработанная модель имеет четкие критерии эффективности, следовательно,

имеется возможность проведения ее оценки. Для этого разработаем методологический аппарат, основанный на формировании комплексной оценки эффективности применяемой корпоративной модели управления проектами на предприятии, в основу которой будут включены критерии:

- соответствие интересам стейкхолдеров;
- ориентированность на устойчивое развитие;
- соответствие стратегии развития предприятия;
- уровень автоматизации бизнес-процессов;
- уровень компетентности персонала;
- эффективность реализации бизнес-процессов;
- характер влияния на эффективность текущей деятельности.

Разработанная методика оценки эффективности применяемой корпоративной модели управления проектами на предприятии представлена в таблице 3.

Таблица 3. Методика оценки эффективности применяемой корпоративной модели управления проектами на предприятии

Критерий оценки	Оценка, балл	Весовой коэффициент
1	2	3
Соответствие интересам стейкхолдеров	A ₁	K ₁
Ориентированность на устойчивое развитие	A ₂	K ₂
Соответствие стратегии развития предприятия	A ₃	K ₃
Уровень автоматизации бизнес-процессов	A ₄	K ₄
Уровень компетентности персонала	A ₅	K ₅
Эффективность реализации бизнес-процессов	A ₆	K ₆
Характер влияния на эффективность текущей деятельности	A ₇	K ₇
Общий показатель эффективности модели управления проектами на предприятии	$A_{\text{общ.}} = A_1 * K_1 + A_2 * K_2 + A_3 * K_3 + A_4 * K_4 + A_5 * K_5 + A_6 * K_6 + A_7 * K_7$	

На основе представленной в таблице 3 методики можно производить экспресс-оценку сформированной модели управления проектами на предприятии, выявлять проблемные аспекты и факторы, требующие особого внимания и применения дополнительных методов регулирования.

Таким образом, корпоративная модель управления проектами на предприятии является основой эффективного построения деятельности компании в условиях особой масштабности, большого количества стейкхолдеров и бизнес-процессов. Существующие на сегодняшний день классические подходы к построению систем проектного управления в стандартном форма-

те не могут быть эффективным образом использованы по причине односложности их содержания, что не соответствует сложности структуры корпоративных компаний и многофакторности системы проектного управления. В рамках исследования разработан интегрированный подход к формированию корпоративной модели управления проектами на предприятии, позволяющий производить структурный анализ и управление элементами модели, а также оценку ее эффективности по важнейшим критериям и на ее основе формировать состав регулирующих мер, направленных на улучшение проектного менеджмента в компании.

Библиографический список

1. Абрамов И.В., Алгазинов Э.К., Матвеев М.Г. Процессный подход к построению системы проектного управления // Прикладная информатика. – 2014. – №1 (49). – С. 15-22.
2. Бочаров Н.А. Исследование моделей проектного управления // Вестник ГУУ. – 2014. – №7. – С. 189-193.
3. Бушуев С.Д., Молоканова В.М. Ценностный подход в управлении развитием проектно-ориентированных организаций // Технические науки – от теории к практике. – 2014. – №32. – С. 14-22.
4. Воропаев В.И., Секлетова Г.И. Системный подход к управлению проектами и программами // Управление проектами и программами. – 2005. – №3. – С. 20-29.
5. Ворожищева В.Е. Компетентностный подход к формированию команды инновационного проекта / В.Е. Ворожищева, Н.Б. Культин // Молодой ученый. – 2020. – № 18 (308). – С. 89-91.
6. Жапаралиева Ж.Ж. Управление проектами устойчивого развития // Лидерство и менеджмент. – 2018. – №1. – С. 9-24.
7. Ильенкова Н.Д. Системный подход к управлению проектами // МНИЖ. – 2016. – №9-1 (51). – С. 40-44.
8. Кобзев А.М., Родионова Л.Н. Применение функционального подхода в системе управления предприятием // Sciences of Europe. – 2021. – №77-2.
9. Крестьянинов, А.Н. Управление проектами: учебное пособие / А.Н. Крестьянинов, Ю.Н. Жулькова; Нижегород. гос. архитектур.-строит. ун-т. – Н. Новгород: ННГАСУ, 2017. – 89 с.

10. Моисеенко Ж.Н. Теоретические основы и сущность управления проектами // Форум молодых ученых. – 2021. – №3 (55). – С. 63-66.
11. Романенко М.А. Совокупность методологических подходов к управлению проектами: сущность и эволюция развития // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. – 2018. – №4. – С. 87-94.
12. Россошанская О.В. Компетентностный подход в управлении проектами: основные принципы // Управление проектами и развитие производства. – 2008. – №3 (27).
13. Титаренко Б.П. Системный подход управления рисками в проектах // Вестник МГСУ. – 2011. – №5. – С. 340-343.
14. Ткаченко И.Н., Евсева М.В. Стейкхолдерская модель корпоративного управления в проектах государственно-частного партнерства // Управленческие науки. – 2014. – №1 (10). – С. 26-33.
15. Товб А.С., Ципес Г.Л. Управление проектами: стандарты, методы, опыт. – М.: Олимп-Бизнес, 2003. – 240 с.
16. Управление проектом. Основы проектного управления. Под ред. М.Л. Разу. – М.: КноРус. – М., 2006. – 768 с.
17. Филимонова В.Д. Организация корпоративной системы управления проектами и эффективность ее использования / В.Д. Филимонова // Молодой ученый. – 2021. – № 26 (368). – С. 133-134.
18. Шевченко Е.В. Интеграционный подход предприятий к деловому планированию проектов // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. – 2011. – №4. – С. 264-269.
19. Штофф В. О роли моделей в познании. – Л., 1963. – 248 с.
20. Project Management Institute. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pmi.org/pmbok-guide-standards/foundational/PMBOK> (дата обращения: 05.03.2023).

APPROACHES TO BUILDING A CORPORATE PROJECT MANAGEMENT MODEL IN AN ENTERPRISE

S.L. Dolzhenkov, *Postgraduate Student*
Moscow Financial and Industrial University «Synergy»
(Russia, Moscow)

***Abstract.** The article discusses approaches to building a corporate project management model in an enterprise. The essence of the category's «project», «project management», «corporate model of project management in the enterprise» is defined. Particular attention is paid to the relevance of the integration approach within the corporate structure. The development of a mechanism for the formation of a corporate project management model at an enterprise within the framework of an integrated approach, the scheme of such a model, as well as a methodology for evaluating the effectiveness of the applied corporate project management model at an enterprise are presented.*

***Keywords:** project, project management, corporate project management model, system approach, process approach, resource approach, stakeholder approach, integrated approach to building a project management model.*

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

В.В. Доронин, студент

Научный руководитель: С.Н. Гагарина, канд. экон. наук, доцент

**Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского
(Россия, г. Калуга)**

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-178-181

***Аннотация.** Современный этап экономического развития характеризуется наличием различных форм и мер государственной поддержки развития предпринимательства. Увеличение возможностей для расширения бизнеса со стороны органов власти региона оказывает позитивное влияние на экономический рост. В статье представлены результаты исследования форм и мер поддержки предпринимательской деятельности в Калужской области.*

***Ключевые слова:** предпринимательская деятельность, государственная поддержка, инфраструктура, формы поддержки, меры поддержки, Калужская область.*

В настоящее время важным аспектом региональной политики является повсеместное стимулирование экономической активности при условии поддержания необходимого баланса между регионами и городами. По мнению многих исследователей, благосостояние населения и экономический рост коррелируют с размером сектора малого и среднего предпринимательства [1]. При этом предпринимательская деятельность не должна ограничиваться только получением прибыли и приносить пользу отдельной личности, а быть общественно полезной [2].

Калужская область – перспективный и комфортный регион для ведения бизнеса. На сегодняшний день малый бизнес в регионе развивается достаточно динамично и присутствует практически во всех видах экономической деятельности Калужской области. Оборот малых предприятий (без микропредприятий) за 2022 г. – 208,9 млрд. руб., что составляет треть ВРП Калужской области [3].

Структура оборота малых предприятий Калужской области по видам экономической деятельности за 2022 год представлена на рисунке 1.



Рис. 1. Структура оборота малых предприятий Калужской области в 2022 году

По данным официальной статистики в 2022 году на территории области на малых предприятиях (без микропредприятий) постоянно работало 40331 человек; на условиях совместительства и договоров гражданско-правового характера было привлечено 3 тыс. человек.

Уровень среднемесячного дохода от трудовой деятельности за 2022 год в Калужской области составил 50672 руб. По

данному показателю регион занимает 3 место в ЦФО после Москвы и Московской области.

В малом бизнесе наблюдается высокий уровень дифференциации размера среднемесячной заработной платы по видам экономической деятельности. Данный показатель варьирует от 24934,6 руб. – «деятельность гостиниц и предприятий общественного питания» (удельный вес численности составляет 4,1% в общей численности работников малых предприятий) до 66403,4 руб. – «деятельность в области здравоохранения и социальных услуг» (удельный вес численности составляет 3,8% в общей численности работников малых предприятий) при среднемесячном уровне по всем видам экономической деятельности 44930,2 рублей [3].

В Калужской области развитие всех видов предпринимательской деятельности в малом бизнесе происходит неравномерно. В рамках проведенного исследования выявлены проблемы, сдерживающие рост и развитие малых предприятий региона, которые объединены в три группы:

- организационные проблемы (государственная регистрация субъектов малого предпринимательства, юридическое оформление предприятия и открытие счета в банке, лицензирование отдельных видов деятельности, налаживание связей с поставщиками сырья и проблемы со сбытом продукции, отсутствие инфраструктуры по оказанию услуг малым предприятиям в ряде муниципальных образований и др.);

- проблемы обеспечения помещениями, оборудованием, налаживание отношений с местными органами власти. Наиболее остро стоит проблема аренды помещений при создании новых производственных предприятий и при расширении производства уже действующих предприятий;

- финансовые проблемы (формирование стартового капитала, отсутствие залога для получения кредитов, а также недоступность банковских кредитов).

Для решения имеющихся проблем власти региона оказывают необходимую поддержку малому бизнесу.

Как показывает анализ научной литературы, прогрессивное развитие экономики невозможно без государственного регулирования. Для гармоничного развития экономики страны в целом, регионов, для учета интересов государства, бизнес-сообщества, населения необходимо выполнение государственными органами регулирующей функции. Среди методов государственного регулирования экономики (правовых, административных, экономических) нет совершенно непригодных и неэффективных, используются все, главное при этом – определить те сферы, где применение того или иного метода наиболее целесообразно.

На современном этапе, с принятием в июне 2014 г. Федерального закона «О стратегическом планировании в Российской Федерации», происходит практическое применение нормативно-правовых документов стратегического планирования, разработка проектов и программ, направленных на улучшение условий развития региона. В 2022 г. в регионе принята Стратегия социально-экономического развития Калужской области до 2040 г. [4], основная цель которой – определение путей и способов формирования новой экономической модели, основанной на развитии человеческого капитала, технологиях, создании комфортной среды проживания (в 2009 году была утверждена Стратегия социально-экономического развития Калужской области до 2030 года «Человек – центр инвестиций»).

Основным механизмом реализации государственной политики в сфере экономического развития региона являются государственные программы, которые содержат комплекс мероприятий, направленных на достижение конкретных целей и показателей.

В Калужской области разработана и реализуется государственная программа «Развитие предпринимательства и инноваций в Калужской области» [5]. Инфраструктура поддержки субъектов среднего и малого предпринимательства (СМП) Калужской области представлена в таблице 1.

Таблица 1. Инфраструктура, формы и меры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Калужской области

Инфраструктура	Формы и меры поддержки
Государственный Фонд поддержки предпринимательства Калужской области	Предоставляет микрозаймы и займы на развитие бизнеса по льготным процентным ставкам; помогает предпринимателям снизить свою залоговую нагрузку при кредитовании, путём предоставления поручительства; на постоянной и системной основе осуществляет консультирование субъектов малого и среднего предпринимательства по вопросам осуществления предпринимательской деятельности.
Государственное автономное учреждение Калужской области «Агентство регионального развития Калужской области»	Подбор инвестиционных площадок; получение исходно-разрешительной документации; привлечение финансирования; получение мер государственной поддержки; продвижение продукции на внешних и внутренних рынках; регистрация юридических лиц; разработка бизнес-планов; проведение маркетинговых исследований; формирование пакета документов для участия в государственной поддержке; разработка презентаций.
Центр поддержки предпринимательства Калужской области	Информационно-консультационное сопровождение деятельности СМП по вопросам грамотного заимствования финансовых ресурсов; организация и проведение для малых и средних предприятий информационных семинаров, конференций, форумов, круглых столов; организация и реализация для СМП обучающих программ, тренингов, других интерактивных форм обучения с целью повышения их квалификации по вопросам управления бизнесом; информационное сопровождение деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, связанное с продвижением производимых товаров, работ, услуг на рынке; оказание услуг, направленных на повышение информированности СМП о кредитных и иных финансовых ресурсах.
Центр координации поддержки экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства АНО «Центр поддержки экспорта Калужской области»	Информационно-консультационная и организационная поддержка внешнеэкономической деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства (консультирование по вопросам внешнеэкономической деятельности, консультирование по сертификации продукции и защите интеллектуальной собственности на международных рынках); содействие развитию экспортного потенциала организаций области (проведение маркетинговых исследований зарубежных рынков для определения перспектив сбыта российской продукции); содействие интернационализации малого и среднего бизнеса в Калужской области, содействие в выходе на международные рынки (подготовка, перевод на иностранный язык (языки) презентационных материалов в печатном и электронном виде, распространении указанных материалов, создание и (или) модернизация интернет сайтов на иностранных языках); создание единого информационного пространства на территории Калужской области в целях содействия развитию малого и среднего предпринимательства, создание и эксплуатация информационных банков данных по различным направлениям, обеспечение информационными услугами российских и иностранных юридических и физических лиц.
АО «Агентство инновационного развития – центр кластерного развития Калужской области»	Комплексная консультационная поддержка предприятий инновационной сферы по вопросам имущественной, финансовой и организационной деятельности; оказание комплекса услуг по бизнес-планированию; оказание услуг по поиску и подбору бизнес партнеров для малых инновационных предприятий и проектов; информационно аналитическое сопровождение предприятий малого бизнеса и инновационных предприятий; продвижение продукции малых и инновационных предприятий и проектов на региональных и зарубежных рынках; комплексное сопровождение малых инновационных предприятий от бизнес идеи до достижения уровня прибыльности; экспертно-консультативная помощь заявителя инновационных проектов, по вопросам оформления заявок для получения финансовой помощи.
Цифровая платформа МСП	Предоставляет доступ ко всем необходимым для бизнеса сервисам и мерам поддержки в одном месте.
Министерство экономического развития и промышленности Калужской области	Информационная поддержка на всех этапах реализации инвестиционного проекта.

Большую популярность среди малых предприятий Калужской области приобре-

тает такая мера поддержки, как лизинг. На сегодняшний момент Калужская область –

это один из самых активных регионов по количеству поданных заявок через платформу МСП на льготный лизинг отечественного и иностранного оборудования. Перспективность и популярность данной меры поддержки подчеркивают планы Правительства РФ направить в 2023 году свыше 1,1 млрд. рублей на поддержку программы льготного лизинга для МСП (ставки составят не более 6 % годовых на оборудование российского производства и не превысят 8 %, если оно сделано за рубежом).

Таким образом, развитию малого и среднего предпринимательства способствует активная государственная политика

по созданию благоприятных условий для развития предпринимательских инициатив, как на федеральном, так и региональном уровнях. Основными формами взаимодействия региональных органов власти и малого бизнеса в Калужской области являются формы финансовой, кредитной, имущественной и информационной поддержки. Реализация мер государственной поддержки субъектам предпринимательства способствует повышению уровня инновационного развития, конкурентных преимуществ, устойчивому развитию региона и повышению качества жизни населения.

Библиографический список

1. Гагарина, С.Н. Государственная поддержка малого инновационного бизнеса на региональном уровне / С.Н. Гагарина, В.А. Комжаров // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского, Калуга, 08-09 апреля 2020 года. – Калуга: Издательство Калужского государственного университета им. К.Э. Циолковского, 2020. – С. 1010-1015. – EDN AVDBSD.

2. Гагарина, С.Н. Социальная ответственность бизнеса в контексте устойчивого развития / С.Н. Гагарина, Е.С. Еськова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 6-1(76). – С. 32-35. – DOI 10.24412/2411-0450-2021-6-1-32-35. – EDN YQAAMR.

3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калужской области. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://40.rosstat.gov.ru/ofstatistics>.

4. Постановление Правительства Калужской области от 15 декабря 2022 г. № 970 «О Стратегии социально-экономического развития Калужской области до 2040 года». – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/406382830>.

5. Постановление Правительства Калужской области от 08 февраля 2019 года № 89 «Об утверждении государственной программы Калужской области «Развитие предпринимательства и инноваций в Калужской области». – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://cmokhv.ru/media/cms_page_media/2017/5/31/rekomendacii_po_povysheniyu_otkrytosti_municipalnogo_upravleniy_MZWZy4M.pdf.

STATE SUPPORT OF ENTREPRENEURSHIP IN THE KALUGA REGION

V.V. Doronin, *Student*

Supervisor: *S.N. Gagarina, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky

(Russia, Kaluga)

Abstract. *The current stage of economic development is characterized by the presence of various forms and measures of state support for the development of entrepreneurship. The increase in business expansion opportunities on the part of the regional authorities has a positive impact on economic growth. The article presents the results of a study of forms and measures to support entrepreneurship in the Kaluga region.*

Keywords: *entrepreneurship, government support, infrastructure, forms of support, support measures, Kaluga region.*

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: ПОНЯТИЕ, ВИДЫ И ФОРМЫ

В.В. Доронин, студент

Научный руководитель: С.Н. Гагарина, канд. экон. наук, доцент

Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского
(Россия, г. Калуга)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-182-185

Аннотация. В статье представлены результаты исследования видов и форм предпринимательской деятельности. Сделан вывод о том, что несмотря на специфику различных видов предпринимательской деятельности, они взаимодополняемы. Проведен сравнительный анализ создания бизнеса без образования юридического лица и с образованием юридического лица. Ключевым фактором успеха является не только форма ведения бизнеса, но и его содержание.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, виды, формы, индивидуальный предприниматель, предпринимательская деятельность с образованием юридического лица, самозанятость.

Предпринимательская деятельность играет важную роль в экономике, способствует развитию инновационного сектора, увеличению доходной базы бюджета в части налоговых доходов, созданию новых рабочих мест. Согласно результатам крупнейшего в мире исследования предпринимательской активности «Глобальный мониторинг предпринимательства – 2021/2022» (Global Entrepreneurship Monitor, GEM), в котором приняли участие предприниматели из 50 стран, в России 11,7% населения являются предпринимателями [1].

В соответствии с российским законодательством, предпринимательская деятельность – это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная, на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке [2].

В современном обществе содержанием предпринимательской деятельности является не только хозяйственная деятельность, но и принятие ответственности за текущее состояние и перспективы развития социальной среды на макро-, мезо- и микроуровнях [3].

Предпринимательство является важной составляющей экономической деятельно-

сти, которая дает возможность людям создавать свой бизнес. Предпринимательская деятельность осуществляется в различных видах экономической деятельности.

Основываясь на результатах анализа научной литературы, можно выделить следующие виды предпринимательской деятельности: производственная, коммерческая, финансовая, консалтинговая, инновационная.

Производственная предпринимательская деятельность связана с производством и потреблением продукции и услуг, осуществлением строительных, ремонтно-строительных, сельскохозяйственных, научно-технических работ.

Коммерческая предпринимательская деятельность связана с торговлей, закупочной, посреднической деятельностью.

Финансовая предпринимательская деятельность включает банковскую, страховую, лизинговую, деятельность фондовых бирж.

Консалтинговая предпринимательская деятельность включает консультирование по стратегическому управлению и организационному развитию, финансовому и инвестиционному управлению, бухгалтерскому, финансовому и управленческому учету, по использованию и внедрению инновационных технологий и др. [4].

Обобщив точки зрения различных авторов по определению понятия «инноваци-

онная предпринимательская деятельность», можно сделать вывод о существовании двух подходов: узкого – предполагающего деятельность только по реализации инноваций, и широкого – деятельность по разработке и реализации инноваций [5].

Таким образом, предпринимательская деятельность является многогранной и

разнообразной, и каждый вид предпринимательства имеет свои характеристики и особенности. При этом, исходя из содержания каждого вида предпринимательской деятельности, можно сделать вывод об их взаимном дополнении.

Основные признаки предпринимательской отражены на рисунке.



Рисунок. Признаки предпринимательской деятельности

Формами осуществления предпринимательской деятельности являются: индивидуальная предпринимательская деятельность; создание юридического лица.

Одной из ключевых правоспособностей жителей РФ является индивидуальная предпринимательская деятельность гражданина. Это право закрепляется ст. 23 ГК РФ: «Гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя (ИП)» [2].

Федеральным законом № 199-ФЗ от 26 июля 2017 г. «О внесении изменений в статьи 2 и 23 части первой ГК РФ» установлено, что в отношении отдельных видов предпринимательской деятельности законом могут быть предусмотрены условия осуществления гражданами такой деятельности без государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. По мнению законодателя, указанные изменения позволят исключить возможности признания деятельности самозанятых граждан незаконным предпринимательством.

Самозанятые – физические лица, не имеющие работодателя и не привлекающие наемных работников. Для самозанятых граждан действует специальный налоговый режим – налог на профессиональный доход, который применяется с 2019 года. Действовать этот режим будет в течение 10 лет (до 2028 г. включительно). Специальный налоговый режим могут применять физические лица и индивидуальные предприниматели (самозанятые), во всех регионах России (с 1 января 2019 г. проводился эксперимент по установлению специального налогового режима в 4-х регионах России), у которых одновременно соблюдаются следующие условия: получают доход от самостоятельного ведения деятельности или использования имущества; при ведении этой деятельности не имеют работодателя, с которым заключен трудовой договор; не привлекают для этой деятельности наемных работников по трудовым договорам.

Как самозанятый гражданин, так и индивидуальный предприниматель осуществляют свою деятельность без образования юридического лица. Они действуют как физические лица. Другой формой

осуществления предпринимательской деятельности является создание юридического лица.

Важно отметить, что в течение жизненного цикла форма предпринимательства может меняться. Например, индивидуальный предприниматель может в дальнейшем создать Общество с ограниченной ответственностью (ООО) – коллективную форму собственности, хозяйственное общество, учрежденное одним или несколькими физическими и/или юридическими лицами, уставный капитал которого разделен на доли, для разделения рисков и ответственности между участниками.

Юридическим лицом признается организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и нести гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Юридическое

лицо должно быть зарегистрировано в установленном законом порядке в одной из организационно-правовых форм, предусмотренных гражданским законодательством. Сведения об организации вносятся в ЕГРЮЛ.

Закон предусматривает различные виды классификаций юридических лиц. В зависимости от основной цели деятельности организация может быть коммерческой или некоммерческой.

Таким образом, для осуществления предпринимательской деятельности в форме юридического лица следует создать коммерческую организацию. Как показывает практика, наиболее подходящей организационно-правовой формой коммерческой организации является общество с ограниченной ответственностью. Сравнительная характеристика ООО и ИП представлена в таблице.

Таблица. Сравнительная характеристика ООО и ИП

Характеристика	ИП	ООО
1. Пределы ответственности	Ответственность по обязательствам всем своим имуществом.	Ответственность учредителей ограничена взносом в уставный капитал, в определенных законом случаях возможна субсидиарная ответственность учредителей.
2. Возможность осуществления различных видов деятельности	ИП запрещено заниматься отдельными видами деятельности (например, частная охранная деятельность, производство и продажа алкогольной продукции, и др.).	Перечень видов деятельности не ограничен.
3. Затраты при открытии	800 руб. – государственная пошлина; отсутствует необходимость формирования уставного капитала.	4000 руб. – государственная пошлина; 10 000 руб. – минимальный размер уставного капитала.
4. Учёт и отчётность	ИП освобождены от обязанности вести бухгалтерский учет.	Ведение бухгалтерского учета обязательно.
5. Налоги	Возможность применения патентной системы налогообложения и «налоговых» каникул.	Применение общей системы налогообложения и специальных налоговых режимов в общем порядке.
6. Административные штрафы	В большинстве случаев размеры штрафов за одни и те же нарушения законодательства для ИП значительно ниже, чем для юридических лиц. Кроме того, при наличии вины руководителя ООО административный штраф может быть наложен как на юридическое лицо, так и на руководителя.	
7. Прекращение деятельности	Упрощенная процедура прекращения деятельности в качестве ИП. Размер государственной пошлины – 160 руб.	Сложная, многоэтапная процедура ликвидации. Размер государственной пошлины – 800 руб.

Выбор формы предпринимательства является важным этапом в создании и развитии бизнеса. При этом анализ практики

осуществления предпринимательской деятельности свидетельствует о том, что ключевым фактором успеха является не только

форма ведения бизнеса, но и его содержание. Высказывание известного маркетолога Ф. Котлера: «Успеха добиваются не те компании, которые знают о том, что хочет купить потребитель, а те, которые знают, о чем он мечтает» подчеркивает необходимость наличия у предпринимателя страте-

гического мышления, профессионального подхода к управлению на основе современных компетенций и технологий предвидения [6], а также алгоритмов прогнозирования с учетом неопределенности исходных данных [7].

Библиографический список

1. Объявлены итоги крупнейшего в мире исследования предпринимательской активности. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lenta.ru/news/2022/05/16/gem/>.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/.
3. Гагарина, С.Н. Социальная ответственность бизнеса в контексте устойчивого развития / С.Н. Гагарина, Е.С. Еськова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 6-1(76). – С. 32-35. – DOI 10.24412/2411-0450-2021-6-1-32-35. – EDN YQAAMR.
4. Коляда Н.Я. Понятие и классификация консалтинговых услуг как вида предпринимательской деятельности // Инновационная наука. – 2021. – №10-1.
5. Сухоруков А.В. Подходы к определению инновационной предпринимательской деятельности в российской федерации // Образование и право. – 2022. – №7.
6. Леонова, М.А. Современные технологии управления в условиях цифровизации / М.А. Леонова, Т.Е. Раецкая, С.Н. Гагарина // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского, Калуга, 08-09 апреля 2020 года. – Калуга: Издательство Калужского государственного университета им. К.Э. Циолковского, 2020. – С. 1111-1116. – EDN BGKGXW.
7. Гагарин, Ю.Е. Прогнозирование показателей деятельности предприятий с учетом неопределенности исходных данных / Ю. Е. Гагарин, С. Н. Гагарина // Вестник университета. – 2019. – № 1. – С. 94-99. – DOI 10.26425/1816-4277-2019-1-94-99. – EDN YZESOL.

ENTREPRENEURIAL ACTIVITY: CONCEPT, TYPES AND FORMS

V.V. Doronin, Student

**Supervisor: S.N. Gagarina, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky
(Russia, Kaluga)**

Abstract. *The article presents the results of a study of the types and forms of entrepreneurial activity. It is concluded that despite the specifics of various types of entrepreneurial activity, they are mutually complementary. A comparative analysis of the creation of a business without the formation of a legal entity and with the formation of a legal entity is carried out. The key factor of success is not only the form of doing business, but also its content.*

Keywords: *entrepreneurial activity, types, forms, individual entrepreneur, entrepreneurial activity with the formation of a legal entity, self-employment.*

КОНТРОЛЬ ЗА ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ В ОРГАНИЗАЦИИ: ФОРМАЛЬНОСТЬ ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ

А.А. Дорошкевич, студент

Научный руководитель: А.Э. Галина, канд. социол. наук, доцент

Уфимский университет науки и технологий
(Россия г. Уфа)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-186-189

Аннотация. В работе обоснована необходимость контроля за использованием рабочего времени в организации. Системы контроля за использованием рабочего времени позволяют повысить продуктивность и эффективность труда сотрудников и организации в целом, совершенствуют систему мотивации, в первую очередь в направлении более справедливого распределения премий, что особенно актуально в условиях высокой конкуренции и кризисного состояния экономики.

Ключевые слова: контроль рабочего времени, контроль сотрудников, эффективность сотрудников, рабочее время, системы контроля.

Учет использования рабочего времени необходим, согласно 91 статье Трудового кодекса РФ. По мнению государства, это позволяет правильно рассчитать заработную плату сотрудника, доказать верность оплаченного труда. При этом фактически учет использования рабочего времени сотрудников более важен для работодателя по множеству причин, что трансформирует его в контроль за использованием рабочего времени. На практике можно наблюдать, что многие организации используют более совершенные системы контроля за использованием рабочего времени, по сравнению с минимально возможными инструментами, например, табелем учета рабочего времени. Контроль за рабочим временем может быть минимальным только в случае наличия у руководства полного контроля над всеми сотрудниками, например, при работе всех сотрудников организации в одном помещении в одно и то же время. Однако, это редкое исключение.

Поводов для контроля за использованием рабочего времени достаточно много. Во-первых, установление причин неэффективной работы организации. Так, например, установив соответствующие программное обеспечение на компьютеры, руководитель может узнать, что большинство сотрудников треть рабочего времени проводят в социальных сетях, что является причиной снижения эффективности их ра-

боты. Или программа укажет, что значительную часть времени установленные рабочие приложения включены в фоновом режиме, а значит, штат слишком часто отвлекается, например, на перерывы, перекуры и т.д. То есть системы контроля за использованием рабочего времени могут указать на существование таких проблем, снижающих результативность труда команды.

В некоторых случаях низкий уровень эффективности персонала можно объяснить и объективными причинами. Так, например, при небольшом штатном составе организации приходится постоянно загружать сотрудников дополнительной работой, которую они объективно не могут «осилить» [1]. В этом случае, системы контроля за использованием рабочего времени могут зафиксировать, например, что работники регулярно выключают компьютеры на несколько часов позже окончания установленной продолжительности рабочего времени, а значит, объективно нагрузка слишком высока. Аналогичную ситуацию могут продемонстрировать таблицы, которые в случае использования как инструмента самоконтроля, ведутся работниками – вместо положенных сорока часов в неделю сотрудники работают, например, пятьдесят часов. В подобной ситуации найм дополнительных работников, позволит не только повысить произ-

водительность, но и минимизировать риск их профессионального «выгорания».

Системы контроля за использованием рабочего времени позволяют провести оптимизацию бизнес-процессов. Так, например, с их помощью будет установлено, что один из работников практически свободен четыре рабочих дня, а в пятницу – перерабатывает по несколько часов. Это может произойти из-за того, что срок выполнения работы для структурных подразделений – пятница, а потому всю работу отправляют именно в этот день. В результате изменения, например, сроков сдачи отчета, бизнес-процесс будет функционировать более корректно, что улучшит его и увеличит производительность труда сотрудников.

Без контроля за использованием рабочего времени некоторые резервы для его улучшения останутся скрытыми для работодателя. Так, например, часть работников недостаточно загружены, о чем свидетельствует соответствующее контрольное программное обеспечение. В результате, руководство может либо реализовать резерв, увеличив нагрузку таких сотрудников, либо сократить их, получив экономию на фонде оплаты труда. Самостоятельно же лишь незначительная часть сотрудников укажут, что в рабочее время не имеют достаточной нагрузки.

Практически во всех организациях есть нарушители трудовой дисциплины. Так, некоторые сотрудники постоянно пытаются сократить свой рабочий день, либо за счет более позднего прихода на работу, либо за счет более раннего ухода с нее. Иные выполняют в рабочее время свои личные дела, например, просматривают почту, сидят в соцсетях. Системы контроля за использованием рабочего времени сразу укажут руководству на наличие таких сотрудников, что приведет, либо к их увольнению, либо к диалогу (устному выговору, определению причин действий), что в любом случае увеличит производительность всей организации [2]. Также стоит отметить, что наличие даже самого простого контроля в этой сфере укрепит дисциплину сотрудников, а потому, если она недостаточна, то это причина введения

системы контроля за использованием рабочего времени.

Все сотрудники функционируют с разной эффективностью, а потому мотивирование, например, всего отдела на выполнение какой-либо задачи может стать несправедливым инструментом, который не будет увеличивать, а наоборот снизит мотивацию отдельных работников [4]. Системы контроля за использованием рабочего времени позволяют точно установить, кто из работников был наиболее эффективным, а кто, наоборот, способствовал уменьшению результативности. Так, например, аудиозапись разговоров работников с клиентами однозначно укажет, кто из них вел себя грубо, что привело к отказу потребителя сотрудничать, а кто функционировал максимально верно, привлекая новых клиентов. В результате, система мотивации будет более справедливой и результативной.

Может существовать и иная проблема системы мотивации, которая станет причиной введения системы контроля за использованием рабочего времени – отсутствие достаточных инструментов в ней [3]. Предположим, работодатель выплачивает лишь оклад работникам, процента с продаж нет, так как руководство не может верно оценить каждого работника и не желает формировать конфликты между ними. В результате, интерес к активным продажам у работников отсутствует, что снижает эффективность функционирования фирмы в целом. Процент с продаж способен решить проблему, однако, возникнет вопрос относительно справедливости разделения премии между, например, сотрудниками одной команды. Система контроля за использованием рабочего времени может решить этот вопрос.

Как говорилось ранее, контроль за использованием рабочего времени обеспечивает точность и справедливость расчетов по заработной плате. И это особенно актуально при почасовой форме оплаты труда. Так, любой простой или использование рабочего времени на личные нужды будет фиксироваться, что приведет к наиболее точному и справедливому определению заработной платы сотрудников. Этот ас-

пект значительно усилит мотивацию работников.

Стоит отметить, что наиболее полные сведения о затратах времени работников на каждую рабочую операцию дают руководству возможность максимально точно определять себестоимость каждой работы, этапа и товара. Особенно важны подобные сведения будут в случае, если организация выполняет работу, оплата за которую зависит от затраченного времени.

Несмотря на наличие множества веских причин для внедрения системы контроля за использованием рабочего времени, существуют и негативные аспекты их применения, которые важно учитывать. Так, например, если руководство использует слишком строгий контроль там, где в нем нет необходимости, например, установка видеонаблюдения в каждом помещении, стресс работников будет высоким, для некоторых это может стать причиной увольнения, что приведет к потере ценных кадров. Поэтому каждый раз необходимо сопоставлять возможную выгоду и ущерб от

внедрения системы контроля за использованием рабочего времени.

Таким образом, у работодателя существует достаточно много причин для внедрения системы контроля за использованием рабочего времени. С ее помощью он может повысить производительность труда сотрудников, улучшить систему мотивации, выявить самых эффективных и неэффективных сотрудников, оптимизировать бизнес-процессы и т.д. При этом важно провести предварительный анализ выгод и издержек, которые сопровождают процесс внедрения системы контроля за использованием рабочего времени. В современных условиях минимальный набор инструментов для контроля за использованием рабочего времени, как то IT-системы контроля, табель самоконтроля и различные методов фиксации времени прихода и ухода сотрудников на работу, является насущной необходимостью для любой организации, стремящейся к эффективному функционированию.

Библиографический список

1. Дейлями, А.Д. Необходимость внедрения информационной системы мониторинга деятельности сотрудников предприятия / А.Д. Дейлями // Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции (г. Тюмень, 13 апреля 2021 г.). – Уфа: ООО «Аэтерна», 2021. – С. 8-11.
2. Казакова, М.П. Мониторинг за поведением работника в рабочее время в условиях цифровизации / М.П. Казакова // Вопросы российской юстиции. – 2021. – № 16. – С. 327-335.
3. Кобызева, У.В. Управление эффективностью труда персонала / У.В. Кобызева, А.Э. Галина // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 26. – С. 159-165.
4. Набиуллина, Р.Р. Мотивация персонала как важнейший фактор повышения эффективности организации / Р.Р. Набиуллина, А.Э. Галина // Инновационные доминанты социально-трудовой сферы: экономика и управление: Материалы ежегодной международной научно-практической конференции по проблемам социально-трудовых отношений (21 заседание), (г. Воронеж, 19 мая 2021 г.). – Воронеж: Издательство Истоки, 2021. – С. 199-203.

**CONTROL OVER THE USE OF WORKING TIME IN THE ORGANIZATION:
FORMALITY OR NECESSITY**

A.A. Doroshkevich, *Student*

Supervisor: *A.E. Galina, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor*

Ufa University of Science and Technology

(Russia, Ufa)

***Abstract.** The paper substantiates the need to control the use of working time in the organization. Systems for monitoring the use of working time can increase the productivity and efficiency of employees and the organization as a whole, which is especially important in conditions of high competition and a crisis in the economy.*

***Keywords:** working time control, employee control, employee efficiency, working time, control systems.*

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

А.А. Дорошкевич, студент

Научный руководитель: А.Ш. Галимова, канд. экон. наук, доцент

Уфимский университет науки и технологий

(Россия г. Уфа)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-190-196

Аннотация. Научная статья посвящена особенностям управления персоналом малого бизнеса в условиях цифровизации экономики. Объектом исследования выбрана система управления персоналом в малом и среднем предпринимательстве. Актуальной проблемой для экономики малого бизнеса является состояние здоровья персонала во время рабочего дня, их обучаемость и повышение квалификации в условиях цифровизации. Исследования выявили, что управление персоналом на малых предприятиях имеет ряд особенностей и проблем, которые необходимо учитывать при построении успешной системы управления персоналом. Для эффективного функционирования в условиях цифровизации экономики сфера управления персоналом в малом и среднем предпринимательстве должна быть научно обоснована и использовать передовые методы и технологические инновации, а также перекликаться с основными целями стратегии развития бизнес-процессов. Субъектам МСП следует учитывать множество факторов внешней и внутренней среды в связи с цифровизацией и проводить анализ экономической и социальной удовлетворенности персонала для успешного управления персоналом в современных цифровых условиях.

Ключевые слова: система управления персоналом, малый бизнес, цифровизация экономики, цифровой бизнес, особенности цифровизации.

В настоящее время мир находится на стадии глобальных перемен. Информационные и коммуникационные технологии стали неотъемлемой частью всех сфер жизнедеятельности человека. Это стало результатом развития информационных и телекоммуникационных технологий. Исходя из этого, в мире формируется новая ступень информационного общества под названием «цифровая экономика», которая кардинально изменила и сферу управления персоналом хозяйствующих субъектов. Доказательством и свидетельством данным изменениям является то, что кадры отнесены к базовым направлениям развития цифровой экономики Российской Федерации согласно программе, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 года «Цифровая экономика Российской Федерации».

Активно строящаяся цифровая экономика в Российской Федерации оказывает сильное влияние на сферу управления че-

ловеческим трудом. Однако степень взаимосвязи цифровой экономики и сферы управления персоналом остается до конца неизученной.

Следует отметить, что даже западные источники сообщают о том, что оцифровка касается абсолютной всех сфер человеческой жизни. Так же они говорят, что согласно практике, цифровые технологии являются эффективным и успешным началом для повышения производительности труда хозяйствующего субъекта.

Эффективность управления человеческими ресурсами также можно повысить, если использовать и структурировать все возможности цифровизации в России.

Инновационные технологии с каждым днем все больше входят в нашу жизнь. Таким образом, с их использованием люди могут облегчить себе многие сферы жизнедеятельности, например, благодаря диджитализации появляется возможность сократить время на рутинную работу и тем

самым увеличить время занятий интеллектуальной деятельностью.

Стоит отметить, что актуальной проблемой для экономики сего мира остается состояние здоровья персонала во время рабочего дня. Однако наравне с этим происходит диджитализации всех сфер общества: экономики, образования, здоровья и так далее. То есть данный процесс неизбежно оказывает сильное влияние на всю традиционную жизнь человека, и сфера управления персоналом (HR) не является исключением. Новые цифровые технологии активно внедряются в данную отрасль и ускоряют развитие всей сферы.

Согласно полученным данным, крупные инвестиции в новые технологии для сферы управления персоналом в 2017 году превысили 3 миллиарда долларов. Это создает новую экосистему цифрового рекрутинга. Следует отметить, что роботизация и автоматизация бизнес-процессом во многом зависит от сферы управления персоналом (HR). Как правило, цифровизация для данной сферы уже не новинка, а неотъемлемая часть всего управления. Благодаря диджитализации в корне поменялись устоявшиеся принципы работы в офисе. Цифровизации в сфере управления персоналом, как правило, призвана облегчать работу и улучшать рабочую среду между ними. Благодаря цифровизации сотрудники предприятий могут спланировать свой отпуск через личные кабинеты, или организации смогут организовать централизованное дистанционные обучения для персонала, что, в свою очередь, уменьшит затраты для хозяйствующих субъектов. Другими словами, цифровизация системы управления персоналом – это эффективное вложение в успешное будущее предприятий.

Стоит отметить, что из-за цифровизации сокращается время обработки информации, облегчается процесс постановки задач и оценка качества их выполнения. Эффективность подразделений предприятий оценивается за счет анализа данных о сотрудниках, тем самым можно повысить и рентабельность хозяйствующих субъектов. Как правило, во внутренних порталах,

которые устанавливаются предприятиями, персоналу удобно обмениваться информацией, проще распределять обязанности и обсуждать актуальные вопросы. Итак, эффективность и успешность деятельности хозяйствующего субъекта во многом зависит от цифровой трансформации.

Диджитализации системы управления персоналом приводит к автоматизации процессов системы, к их централизованности, прозрачности оценки качества. Как правило, на данный момент очень легко оценить, на какой стадии роста и развития стоит сотрудник компании. До цифровизации многие задачи по персоналу приходилось выполнять вручную, а сегодня данный процесс полностью автоматизирован. Благодаря диджитализации сокращаются риски, связанные с допущением ошибок и сокращается время обработки бизнес-процессов.

Офисная работа колоссально изменилась из-за внедрения цифровых технологий. Многие процессы, задачи на данный момент не требуют прямого ручного вмешательства персонала, то есть удаленная работа становится максимально актуальной и распространенной. В современном мире появляются все больше профессий, которые предполагают удаленную работу. Благодаря удаленной работе у сотрудников появляется возможность для личного развития и для выполнения своих непосредственных обязанностей на работе.

Цифровизация оказывает непосредственное влияние на все сферы жизнедеятельности человека. Из-за диджитализации сотрудникам предприятий приходится привыкать к новым условиям, учиться по-другому воспринимать мир и иначе обрабатывать полученную информацию.

Стоит отметить, что рынок труда в современной экономике оказался под влиянием автоматизации, роботизации и цифровизации. Профессиональные обязанности сотрудников меняются из-за введения новых технологий. В бизнес-процессы необходимо интегрировать новейшие технологии цифровизации. Боты уже используются для автоматизированного подбора персонала в крупных компаниях и особен-

но распространены в розничной торговле и банковском деле. Искусственный интеллект следует использовать там, где можно следовать четким инструкциям и правилам. Например, боты выполняют первичный анализ базы резюме соискателей по формальным признакам и обзванивают подходящих кандидатов.

В современной экономике в деятельности малого и среднего бизнеса поменялись представления о роли сотрудников в деятельности хозяйствующих субъектов. В связи с этими изменениями появилась новая концепция управления персоналом в малом бизнесе. В соответствии с данной концепцией персонал принято считать од-

ним из главных экономических инструментов и ресурсов в малом и среднем предпринимательстве. Как правило, персонал в силу своей экономической природы требует применение мер по эффективному и разностороннему управлению. Стоит отметить, что для успешного развития малому бизнесу необходимо обеспечить социальное, профессиональное и структурное развитие человеческих ресурсов.

На рисунке 1 представлена динамика средней численности работников в малом бизнесе за 2019-2021 годы согласно данным Росстата [5].

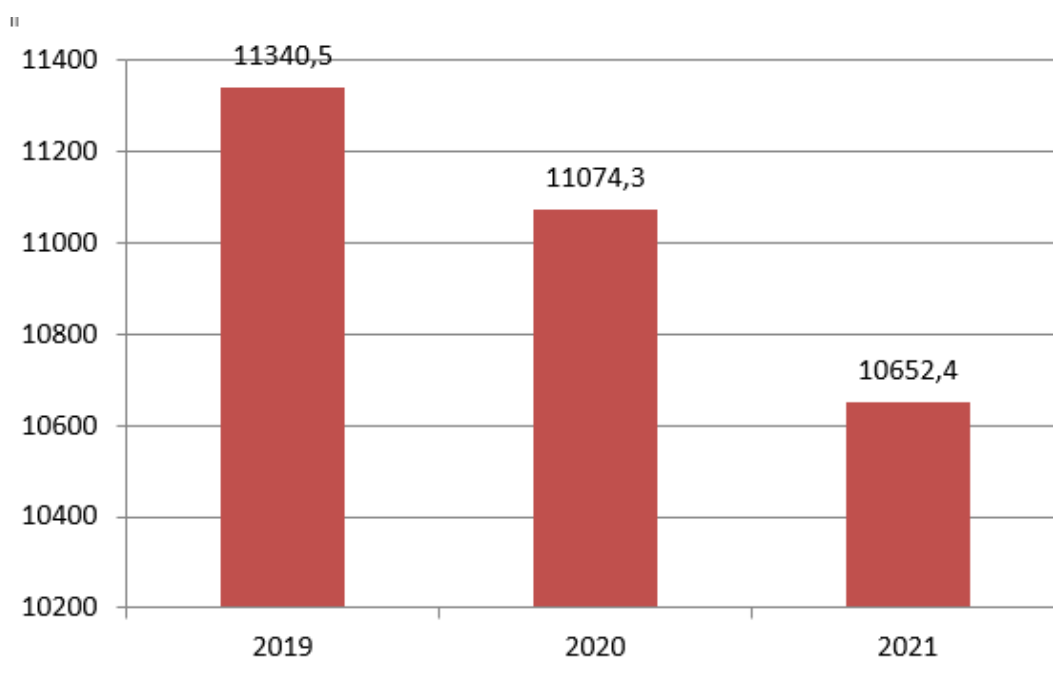


Рис. 1. Динамика средней численности работников МСП за 2019-2021 гг., в тысячах человек

Исходя из данного рисунка, следует сказать, что количество работников, занятых в сфере малого бизнеса, значительно сократилось за три анализируемых года. Стоит отметить, что отрицательная динамика связана с прошедшей пандемией, поэтому для введения эффективной деятельности малому бизнесу следует рассмотреть методы управления человеческими ресурсами.

Стоит отметить, что система управления персоналом является неотъемлемой

частью долгосрочной стратегии развития предприятия, поэтому цели стратегии управления человеческими ресурсами не должна противоречить долгосрочным целям деятельности хозяйствующих субъектов.

Повышение эффективности управления человеческими ресурсами малого бизнеса также играет важную роль в развитии малого бизнеса в стране.

В современной цифровой экономике уделяется все больше внимания роли че-

ловека и оценивается его уровень знаний и профессиональные навыки. В сфере управления персоналом уровень знаний и квалификация сотрудников стали играть большую роль. Исходя из этого, все больше возрастает сложность управления человеческими ресурсами. Следует сказать, что сотрудник является самым сложным объектом в системе управления персоналом.

Малому и среднему предпринимательству необходимо идти в ногу с быстроразвивающимися технологиями, чтобы быть конкурентными и успешными на рынке. Однако сфера управления человеческими ресурсами на данный момент менее оцифрована и меньше поддается управлению.

Исходя из этого, персонал, как слабое звено организации, непосредственно приводит к снижению продуктивности и эффективности организации.

Эффективность систем управления персоналом остается открытым, малоизученным и актуальным вопросом для владельцев предприятий. Поскольку эффективность и успешность деятельности хозяйствующего субъекта напрямую зависит от персонала, которые управляют технологическими инновациями.

Особенности управления персоналом в малом и среднем предприятии в условиях цифровизации экономики представлена в таблице (табл. 1).

Таблица 1. Особенности управления человеческими ресурсами в МСП

№	Особенности управления
1	Комплексный характер и гибкая организация труда
2	Высокая уровень информированности персонала
3	Малый бюрократизм
4	Отсутствие обучения работников
5	Увеличенное требование к навыкам персонала
6	Большой выбор сотрудников
7	Отсутствие отдела кадров
8	Отсутствие социальной защищенности

Стоит отметить, что система управления персоналом в малом и среднем предпринимательстве направлена на успешную реализацию поставленной цели перед предприятиями и для решения комплекса поставленных задач. Спектр этих задачи достаточной широкий и наиболее важные представлены далее:

- 1) подбор, оценка и отбор сотрудников;
- 2) анализ подобранного персонала;
- 3) управление персоналом;
- 4) мониторинг отношений руководства и сотрудников;
- 5) контроль за деятельностью сотрудников
- 6) оценка потребности в персонале.

Для эффективного функционирования в условиях цифровизации экономики сфера управления персоналом в малом и среднем предпринимательстве должны быть научно обоснована и использовать передовые

методы и технологические инновации, а также перекликаться с основными целями стратегии развития бизнес-процессов.

Некоторые МСП внедряют различные приложения, позволяющие удобно и быстро получать информацию и делиться ею с коллегами. Примеры таких приложений:

Resume Matching – находит наиболее подходящего кандидата в базе, делая запрос на соответствующую должность;

Стандартизация работы – позволяет искать вакансию с существующим описанием должности, должностью и окладом;

Прогнозирование риска ухода сотрудников – определяет вероятность увольнения персонала из предприятия.

При достижении желаемых результатов в сфере управления человеческими ресурсами в малом бизнесе цифровизация призвана создавать комфортные условия и среду для персонала при этом сокращая

время на выполнение рабочих задач и минимизируя усилия. Примером является введение личных кабинетов для сотрудника, благодаря которым они смогут спланировать и оформить отпуска или получить выплаты по командировкам. Так же положительной стороной цифровизации в малом бизнесе является старт обучаемости сотрудников, то есть благодаря технологиям персонал сможет повышать квалификацию, находить актуальную для работы информацию, так как именно отсутствие обучения персонала является основной проблемой в методах управления сотрудниками в малом бизнесе.

При проведении поиска и отбора сотрудников предприятиям малого и среднего бизнеса необходимые люди более гибкие и с навыками работы с цифровыми технологиями. Как правило, большим спросом для хозяйствующих субъектов пользуются сотрудники с опытом работы. Приобретенные годами навыки делают персонал уникальным и востребованным. Основными требованиями для работодателей служат опыт работы, навыки в технологиях, знание различных иностранных языков. Следует отметить, что при трудоустройстве интересными навыками для предприятий являются коммуникативные, умение к быстрой переподготовке и освоению больших объемов информации в короткие сроки. Преимущество у тех кандидатов, которые готовы адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям и не испытывают затруднений в принятии нестандартных решений. Кроме того, сотрудникам необходимо приобретать новые навыки независимо от отрасли.

Кстати, об оцифровке: следует задать вопрос о цифровом следе сотрудника. Идея состоит в том, чтобы создать единую базу данных малого бизнеса, которая предлагает максимальное понимание людей, их интересов и возможностей. Это было бы очень полезно для создания своего рода резюме о человеке, просто отправив его как характеристику, если вы планируете подняться или перейти на другую должность.

Поскольку организации быстро движутся к цифровой трансформации, лидерство становится одним из ключевых вопросов. Помимо изменений в рабочих процессах хозяйствующего субъекта, меняются и те качества человека, которые заложены природой. Следует отметить, что основополагающим в сфере управления персоналом в малом бизнесе является умение руководителя разрабатывать стратегию роста своего бизнеса, проведение обучения сотрудников для дальнейшего технологического трансферта при внедрении инноваций в деятельность хозяйствующего субъекта. Исходя из вышесказанного, без цифровых технологий в современной экономике субъекты малого и среднего предпринимательства не смогут поддерживать и повышать свою конкурентоспособность.

Резюмируя, с учетом диджитализации экономики выделим следующие основные задачи в сфере управления персоналом:

- малым и средним предприятиям необходимо разрабатывать собственную стратегию управления персоналом;

- необходимо поддерживать связь с остальными субъектами МСП и тем самым делиться нажитым опытом в работе с цифровыми технологиями:

- для дальнейшего применения опыта работы с новейшими технологиями необходимо обучаться и развивать цифровое мышление.

Поэтому современный малый бизнес должен иметь свою службу управления персоналом. Это подразделение или сотрудник должны вписываться в их цифровую культуру. Следует отметить, что для повышения квалификации сотрудников, проведения обучения малому бизнесу необходимо внедрить цифровые технологии в свою деятельность, это позволит мотивировать сотрудников и внедрить правильную траекторию развития бизнеса.

Кадровые службы или сотрудники по кадрам благодаря мониторингу больших данных смогут оценивать участие сотрудников в работе и жизни своего предприятия, тем самым оценивать их работу, поощрять или вводить санкции.

Стоит отметить, что диджитализация деятельности хозяйствующих субъектов малого бизнеса позволит минимизировать рутинные задачи сотрудников, уменьшить возможные риски и оптимизировать рабочее время персонала.

В соответствии с прогнозами IBS колоссальный скачок развития сферы управления человеческими ресурсами произойдет уже в скором времени. Экономисты и научные деятели информируют о том, что управление персоналом в современности станет точной наукой, что приведет к эффективности деятельности сотрудников предприятия и росту прибыли хозяйствующих субъектов. Как правило, связь между производительностью персонала и рентабельностью предприятия должна быть тесной и четкой, для этого необходимо выстроить грамотную стратегию управления человеческими ресурсами.

Следует сказать, что без качественного управления сотрудниками в малом бизнесе

внедрение новейших технологий не приведет к эффективному функционированию предприятия. Малым и средним предпринимателям необходимо освоить навыки управления персоналом и не пренебрегать правилами менеджмента и концепциями инновационного управления человеческими ресурсами в современной экономике.

Таким образом, для того чтобы грамотно выстроить систему управления человеческими ресурсами малому предпринимательству необходимо комплексно анализировать качество и количество персонала с учетом различных факторов среды экономики. При построении стратегии управления руководителям малого бизнеса следует учитывать разработки не только отечественных, но и зарубежных ученых в сфере управления персоналом. В области управления мы анализируем экономику и социальную удовлетворенность персонала.

Библиографический список

1. «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 01.04.2019) / Собрание законодательства Российской Федерации. – М., 07.01.2002. – N 1 (Ч. 1). – Ст. 3.
2. Агафонова Е.В., Левенец Е.Б., Кобозева Е.М. Мотивация персонала на предприятиях общественного питания // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. – 2016. – №2 (65). – С. 185-187.
3. Александрова А.П. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности // Научные исследования и разработки молодых ученых. – 2016. – №9-2. – С. 12-15.
4. Галимова А.Ш., Фирсов Д.Г. Тенденции развития управления деловой карьерой персонала в условиях цифровизации // Доклады Башкирского университета. – 2022. – Т. 7. № 1. – С. 64-70.
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>.
6. Salimova G., Ableeva A., Lubova T., Sharafutdinov A.G., Araslanbaev I., Galimova A., Bakirova R. Recent trends in labor productivity // Employee Relations. – 2022. – Т. 44. № 4. – С. 785-802.

FEATURES OF SMALL BUSINESS PERSONNEL MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

A.A. Doroshkevich, *Student*

Supervisor: *A.Sh. Galimova, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

Ufa University of Science and Technology

(Russia, Ufa)

***Abstract.** The scientific article is devoted to the features of small business personnel management in the context of the digitalization of the economy. The object of the study is the personnel management system in small and medium-sized businesses. An urgent problem for the small business economy is the state of health of staff during the working day, their ability to learn and improve their skills in the context of digitalization. Studies have revealed that personnel management in small enterprises has a number of features and problems that must be taken into account when building a successful personnel management system. In order to function effectively in the context of the digitalization of the economy, the sphere of personnel management in small and medium-sized businesses must be scientifically based and use advanced methods and technological innovations, as well as resonate with the main goals of the business process development strategy. SMEs should take into account many factors of the external and internal environment in connection with digitalization and analyze the economic and social satisfaction of staff in order to successfully manage personnel in today's digital environment.*

***Keywords:** personnel management system, small business, digitalization of the economy, digital business, features of digitalization.*

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ТЕОРИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКЕ

А.О. Достай, магистрант
Тувинский государственный университет
(Россия, г. Кызыл)

DOI: 10.24412/2411-0450-2023-5-1-197-199

Аннотация. Актуальность выполненного исследования продиктована современными потребностями развития теорий управленческого учета. Основные подходы к теории управленческого учета обеспечивают его развитие, как целостную систему, определяющую организационно-методические возможности. Целью выполненного исследования является раскрытие основных подходов к теории управленческого учета в международной практике. Автор сделал вывод, что в основе зарубежного подхода в теориях управленческого учета ключевой акцент делается на термине «управленческий», российскими учеными упор делается на термине «учет». Данное объясняется, тем что, в зарубежных предприятиях, управленческий учет используется для анализа, планирования и более точного принятия решения, а в российских предприятиях – для получения достоверных, прозрачных и объективных данных. Автор предлагает понимать управленческий учет как «принятие управленческих решений через систему учета затрат и прибыли, посредством анализа, планирования и полученных результатов выводов».

Ключевые слова: управленческий учет, теория, международная, социологические, теория ситуационных отличий, агентские, психологические теории.

Цель выполненного исследования – раскрыть основные подходы к теории управленческого учета в международной практике. Для начала раскроем что входит в понятие «теория».

В самом общем виде теорией является упорядоченная и обоснованная система взглядов, умозаключений, суждений, положений, которые адекватно объясняют факты и позволяют сделать анализ, прогноз и регулировать их развитие.

Изучение материалов как зарубежной практики, так и российской практики, по теме исследования позволяют нам сделать вывод что на сегодня не существует единого определения управленческому учету.

Управленческий учет (согласно определению, данному Канадским технологическим институтом Южной Альберты) «позволяет измерять и сообщать финансовую информацию, а также другие виды информации, которая помогает в достижении целей организации, в частности приобретении или потреблении ресурсов. Управленческий учет обеспечивает итоговые данные для предоставления сведений по оперативным результатам всем уровням руко-

водства, выявляя возможности и проблемы организации» [1].

В международной практике задачи управленческого учета на сегодня остались такими же, как и были впервые обозначены американским экономистом Гербертом Саймоном в 1954 г. В частности, задачами являются:

1) организация учета (финансовая структура, регламенты, компьютеризация, отчетность, ведение учета);

2) выявление проблем (цели и ключевые объекты учета, показатели, тестирование на наличие типичных проблем, привлечение внимания к ним);

3) поддержка принятия решений (данные управленческого учета должны быть встроены в контур принятия решений).

В международной практике выделяются строгие теории управленческого учета [4]. Строгие теории управленческого учета «в основном заимствуются из других социальных наук и едва ли имеют что-либо делающее их уникальными для управленческого учета» [4]. В настоящее время это четыре группы:

– теория ситуационных отличий,

- агентские,
- социологические,
- психологические теории.

В таблице 1 представим краткие характеристики строгих теорий управленческого учета.

Таблица 1

Наименование	Характеристика
Теория ситуационных отличий и изменений управленческого учета	Дж. Иннес и Ф. Митчелл заложили основу направления исследований, именуемого изменениями управленческого учета (Management Accounting Change) и базируемого на гипотезе о том, что качественная и достоверная система управленческого учета конкурентное преимущество компании, но изменяется гораздо медленнее, чем это необходимо для реагирования на изменения окружающей среды [2, с. 294]. В основу теории положена идея о зависимости управленческой информационной системы от переменных и внутренних параметров деятельности организации
Агентские теории	Основана на моделировании взаимодействия между принципиальными и действующими в их интересах агентами. краеугольными принципами агентских теорий включающих 3 модели (модель «принцип-агент», модель « транзакционных издержек» и модель «позитивистская модель университета Рочестера»), являются ограниченная рациональность, ограниченное вычислительное и прогностическая способность участников, корысть.
Социологические теории	данная теория рассматривает систему управленческого учета как результат взаимодействия между трудом и капиталом личностью и социумом организацией и социальными институтами.
Психологические теории	когнитивная, теория мотивации и социально- психологическая теория – применяются в управленческом учете для исследования взаимосвязи между поведением индивидов и эффективностью организации. Психологические теории исследуют, как та или иная практика управленческого учета воспринимается индивидами и социальными группами, какие мотивации и протесты порождает, а также формируют предложения по включению в системы управленческого учета «встроенных стабилизаторов» – механизмов оценки и стимулирования работников, согласующих их решения и цели организации.

Таким образом, теории управленческого учета в международной практике являются общественно-экономическим феноменом, где управленческий учет направлен на формирование фундаментальных принципов и методов решения практических задач.

Для сравнения также рассмотрели определения, которые дают российские эксперты. А.Д. Шеремет определяет то, что «сущность управленческого учета заключается в подготовке управленческих решений в организациях. В рыночной экономике управленческий учет есть единство как собственно учета, так и анализа хозяйственной деятельности. Причем управленческий учет – это прежде всего анализ» [8]. А.А. Мицкевич определяет управленческий учет как «интегрированную систему учета затрат и доходов для нормирования, планирования, контроля и анализа, которая систематизирует информацию для оперативных и стратегических решений» [4; 7]. Монгуш О.Н. управленческий учет определяет как «часть бухгал-

терского учета, которая в рамках одной организации оснащает ее управленческий аппарат информацией, применяющаяся для планирования, контроля и управления над деятельностью организации» [5; 6]. Ведущие специалисты определяют управленческий учет как «сегментный учет, система расчета затрат и результатов по объектам учета в центрах финансовой ответственности для решения в основном тактических задач» [1].

Таким образом, если в основе зарубежного подхода в теориях управленческого учета в основном акцент делается на термине «управленческий», то российскими учеными упор делается на термине «учет». Данное можно объяснить, тем что, в зарубежных предприятиях управленческий учет используется для анализа, планирования и более точного принятия решения, на российских предприятиях – для получения достоверных, прозрачных и объективных данных.

На наш взгляд, исходя из представленных определений управленческим учетом

является принятие управленческих решений через систему учета затрат и прибыли, посредством анализа, планирования и полученных результатов выводов.

Библиографический список

1. Вахрушева О.Б. Бухгалтерский управленческий учет: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2012. – 252 с.
2. Claudio W. Management Accounting Change: A Review. *Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos* // W. Claudio, J. Cullen. – 2013. – Vol. 10. – № 4. – Pp. 294-307.
3. Malmi T. In Search of Management Accounting Theory. *European Accounting Review* / T. Malmi, V. Granlund. – 2009. – Vol. 18. – № 3. – Pp. 597-620.
4. Мицкевич А.А. Основы управленческого учета. – М.: ВШФМ АНХ при Правительстве РФ, 2009. – 286 с.
5. Монгуш О.Н. Управленческий учет и контроль в менеджменте / О.Н. Монгуш, З.Н. Сат. – Кызыл: ФГБОУ ВО «Тувинский государственный университет». – 2018. – С. 50-52
6. Монгуш О.Н. Экономика: учебно-методическое пособие / Ч.Г. Донгак, О.Н. Монгуш, А.А. Серээжикпей, А.Э. Чульдум. – Кызыл: Изд-во ТувГУ, 2015. – 71 с.
7. Самусенко С.А. Определение предмета и объектов управленческого учета в контексте развития теории бухгалтерского учета / С.А. Самусенко // Учет. Анализ. Аудит. – 2016. – № 2. – С. 54-68.
8. Шеремет А.Д. Теория управленческого учета / А.Д. Шеремет // Сибирская финансовая школа. – 2011. – № 3 (86). – С. 6-10.

THE MAIN APPROACHES TO THE THEORY OF MANAGEMENT ACCOUNTING IN INTERNATIONAL PRACTICE

A.O. Dostai, *Graduate Student*
Tuva State University
(Russia, Kyzyl)

Abstract. *The relevance of the research is dictated by the modern needs of the development of management accounting theories. The main approaches to the theory of management accounting ensure its development as an integral system that determines organizational and methodological capabilities. The purpose of the research is to reveal the main approaches to the theory of management accounting in international practice. The author concluded that at the heart of the foreign approach in the theories of managerial accounting, the key emphasis is placed on the term "managerial", Russian scientists focus on the term "accounting". This is explained by the fact that, in foreign enterprises, management accounting is used for analysis, planning and more accurate decision-making, and in Russian enterprises - to obtain reliable, transparent and objective data. The author suggests understanding management accounting as "making management decisions through the cost and profit accounting system, through analysis, planning and conclusions obtained".*

Keywords: *management accounting, theory, international, sociological, theory of situational differences, agency, psychological theories.*

К ВОПРОСУ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ СТРУКТУРЫ КРИПТОВАЛЮТНОГО РЫНКА

Д.А. Доценко, магистрант

Н.В. Иванов, магистрант

Алтайский государственный университет,
(Россия, г. Барнаул)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-200-203

Аннотация. В статье рассматривается криптовалютный рынок в целом и формирующиеся сектора криптовалютного рынка. Уделяется внимание вопросам, связанным с разными показателями оценки рынка. Сектор децентрализованных финансов, например, имеет особый показатель - общая заблокированная стоимость. С 2019 года произошли значительные изменения: появились разные сектора рынка, изменилась структура списка десяти крупнейших криптовалют. Криптовалюты в контексте инвестирования остаются высокорисковым инструментом.

Ключевые слова: криптовалюта, токен, инвестирование, капитализация, криптовалютный рынок, децентрализованные финансы.

Криптовалютный рынок находится сейчас на стадии формирования и развития. С 2019 года стали формироваться сектора криптовалютного рынка: сектор децентрализованных финансов и сектор метавселенных и криптовалютных игровых проектов. За достаточно короткое время (около 5 лет) криптовалютная сфера значительно преобразилась. Целью статьи является исследование изменений криптовалютной сферы в 2019-2023 гг.

До сих пор дискуссионными остаются вопросы, касающиеся выбора наилучшего показателя для оценки криптовалютного рынка и отдельных его секторов. Единым стандартом считается рыночная капитали-

зация, рассчитанная на основании циркулирующего предложения криптовалют и токенов, т.е. в расчете используются только те криптовалюты и токены, которые находятся в свободном обращении. Такой подход позволяет оценивать криптовалютный рынок, сектора этого рынка и отдельные проекты через сопоставимый показатель. Существуют также и прочие показатели оценки: число активных кошельков в криптовалютной сети, торговый объем на рынке, число транзакций в криптовалютной сети. На рисунке 1 представлена капитализация криптовалютного рынка в 2019-2023 гг. [1].

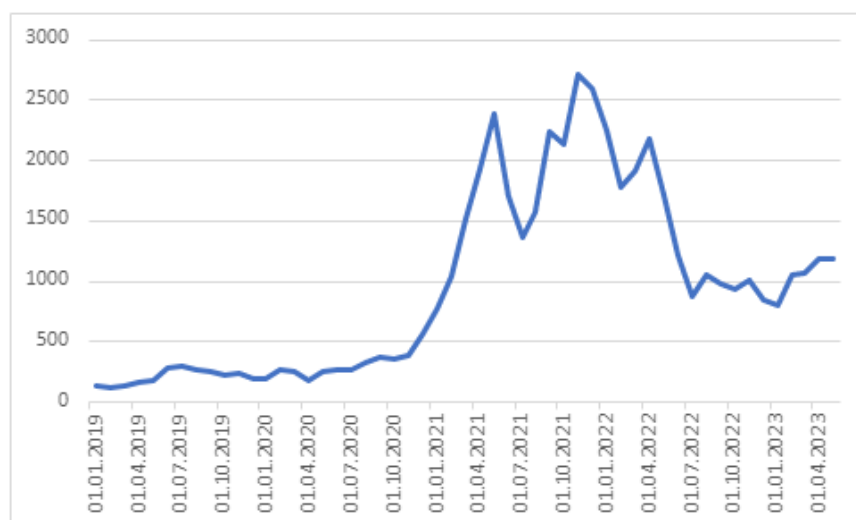


Рис. 1. Капитализация криптовалютного рынка в 2019-2023 гг. по месяцам, млрд. долл. США

Период коронавирусной пандемии выдался крайне удачным для криптовалютного рынка, капитализация рынка в 2021 году дважды обновила свой исторический максимум, после чего произошло падение более чем в 2 раза. Именно в этот период формируется сектор децентрализованных финансов. Идея создания этого сектора состояла в реализации в криптовалютной сети классических финансовых инструментов, например, таких как кредитование, депозиты, фьючерсы и пр. Отдельным направлением, которое до сих пор остается

актуальным, было создание условий для переноса классических рынков ценных бумаг и самих ценных бумаг (акций, облигаций) в криптовалютную сеть; криптовалюты и токены, которые имели привязку к ценным бумагам реальной экономики, стали называть синтетическими криптовалютными активами. Процесс переноса объектов реальной экономики в криптовалютную сеть получил название токенизация [2]. На рисунке 2 представлена общая заблокированная стоимость в 2019-2023 гг. [3].

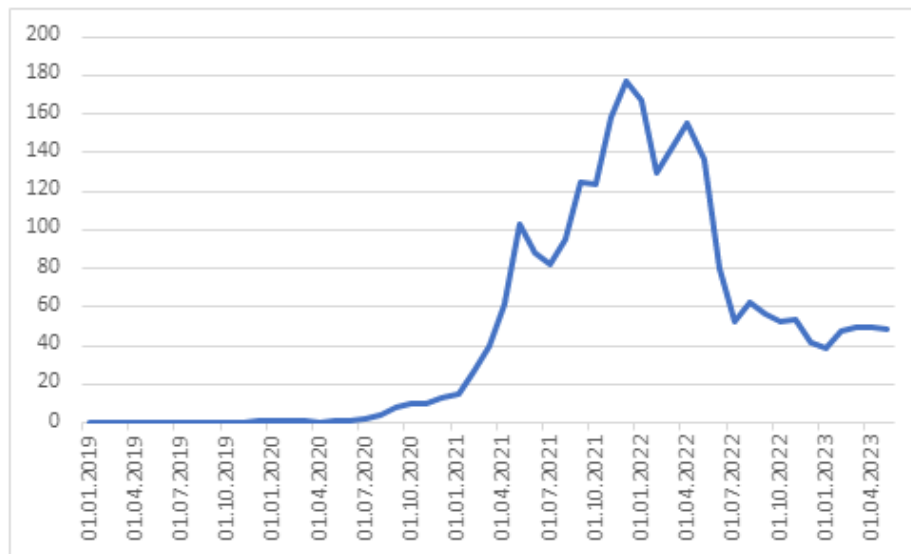


Рис. 2. Общая заблокированная стоимость в 2019-2023 гг. по месяцам, млрд. долл. США

Для оценки сектора децентрализованных финансов (кроме показателя рыночной капитализации) используют также уникальный для этого сектора показатель – общая заблокированная стоимость. Этот показатель представляет собой совокупность активов (пересчитанных в какую-то единую валюту, обычно в долл. США), которая была заблокирована во всех проектах сектора децентрализованных финансов (под заблокированными средствами здесь понимаются депозиты, которые были внесены пользователями в смарт контракты). Этому показателю можно найти альтернативу в классической банковской системе –

совокупность всех депозитов и вкладов во всех банках банковской системы.

В целом динамика общей заблокированной стоимости сектора децентрализованных финансов повторяет динамику рыночной капитализации всего рынка: пик показателей в конце 2021 - начале 2022 года, после чего сильное падение. Однако, общая заблокированная стоимость снизилась к 2023 году сильнее, чем рыночная капитализация всего рынка: если капитализация всего рынка снизилась в более чем 2 раза, то общая заблокированная стоимость - более чем в 3 раза.

Таблица 1. 10 криптовалют с наибольшей рыночной капитализацией в мае 2019 и в мае 2023 года [1; 4]

май 2019 г.		май 2023 г.	
Криптовалюта	Рыночная капитализация, млрд. долл. США	Криптовалюта	Рыночная капитализация, млрд. долл. США
Bitcoin	95,12	Bitcoin	525,21
Ethereum	17,08	Ethereum	224,13
XRP	12,78	Tether	83,21
Bitcoin Cash	4,79	Binance Coin	47,69
Litecoin	4,52	USD Coin	28,81
EOS	4,49	XRP	26,81
Binance Coin	3,09	Cardano	13,11
Tether	2,85	Dogecoin	9,98
Stellar	1,94	Polygon	8,25
Cardano	1,78	Solana	8,19

В соответствии с таблицей 1 в структуре крупнейших проектов наблюдаются значительные изменения с 2019 к 2023 году. Из 10 крупнейших криптовалют к 2023 году по сравнению с 2019 годом выбыли 4 криптовалюты, а также изменился порядок 10 крупнейших криптовалют: Tether и Binance Coin продвинулись на 3 и 4 места соответственно. Несменяемыми лидерами остались Bitcoin и Ethereum. Также наблюдается многократный рост рыночной капитализации к 2023 году по сравнению с 2019 годом. Такие значительные изменения свидетельствуют о высоком риске для криптовалютных инвесторов; наиболее надежными криптовалютами являются только Bitcoin и Ethereum. Недоверие ин-

весторов к остальным криптовалютам выражается в высокой доле капитализации криптовалюты Bitcoin в общей рыночной капитализации (46% от капитализации всего рынка в мае 2023 года).

Таким образом, криптовалютный рынок на сегодняшний день все еще является формирующимся рынком, продолжают формироваться сектора этого рынка, важнейшим из которых является сектор децентрализованных финансов. Актуальной остается проблема выбора универсального объективного показателя оценки рынка и отдельных его частей; на данный момент используется показатель рыночной капитализации, хотя для него есть альтернативы.

Библиографический список

1. Global Cryptocurrency Charts // CoinMarketCap. – 2023. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://coinmarketcap.com/charts/> (Дата обращения: 25.05.2023).
2. Доценко Д.А. Виды токенизации активов в сфере финансов хозяйствующих субъектов / Д.А. Доценко, О.А. Мищенко // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. – 2020. – №1 (33). – С. 26-31.
3. Total Value Locked (USD) // DefiLlama. – 2023. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://defillama.com> (Дата обращения: 25.05.2023).
4. Top 10 Cryptocurrencies by Market Capitalization / CoinMarketCap. // Web.archive. – 2023. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://web.archive.org/web/20190501095507/https://coinmarketcap.com/> (Дата обращения: 25.05.2023).

ON THE ISSUE OF CHANGES IN THE STRUCTURE OF THE CRYPTOCURRENCY MARKET**D.A. Dotsenko**, *Graduate Student***N.V. Ivanov**, *Graduate Student***Altai State University****(Russia, Barnaul)**

Abstract. *The article examines the cryptocurrency market as a whole and the emerging sectors of the cryptocurrency market. Attention is paid to issues related to different indicators of market valuation. The sector of decentralized finance, for example, has a special indicator – the total blocked value. Since 2019, there have been significant changes: different market sectors have appeared, the structure of the list of the ten largest cryptocurrencies has changed. Cryptocurrencies in the context of investing remain a high-risk instrument.*

Keywords: *cryptocurrency, token, investment, capitalization, cryptocurrency market, decentralized finance.*

РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ АДАПТИВНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Н.Б. Дроковский, доцент

Л.С. Есенжулова, канд. экон. наук, доцент

Западный филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

(Россия, г. Калининград)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-204-209

Аннотация. Рассматриваемые в статье аспекты подчеркивают необходимость эффективности реализации денежно-кредитной политики государства на региональном уровне. Показана роль Банка России при проведении денежно-кредитной политики в Калининградской области, сделан акцент на регулятивные параметры Банка России через размер ключевой ставки, и ее влияние на формирование кредитного ресурса региона на основе вкладов физических лиц. Рассматривается состояние ссудной задолженности населения кредитной системе Калининградского региона.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика региона, Банк России, номинальный якорь денежно-кредитной политики, ключевая ставка, инфляционные ожидания, динамика кредитной задолженности, денежные накопления населения.

Базовым элементом содержания параметров денежно-кредитной сферы являются ее цели и инструменты, обеспечивающие реализацию стратегических ориентиров денежно-кредитной политики.

Качество денежно-кредитной политики определяется через целевой ориентир, рассматриваемый как фиксированный количественный показатель (экономическую переменную). В этой связи, параметры данной экономической переменной должны достигаться в соответствии со стратегическими ориентирами, в том числе на региональном уровне, как части общей денежно-кредитной политики с применением оптимальных инструментов. Соответ-

ственно такая цель может быть явной (эксплицитной) и скрытой (имплицитной). Наиболее взвешенной выступает явная цель денежно-кредитной политики, рассматриваемая как экономическая переменная, которую публично объявляют, как цель деятельности.

Официально объявленная цель денежно-кредитной политики рассматривается ее номинальным якорем, проявляющим себя как экономическая переменная, ориентированная на количественную цель политики Банка России, реализуется через три составляющих, которые наглядно представлены на рисунке 1.

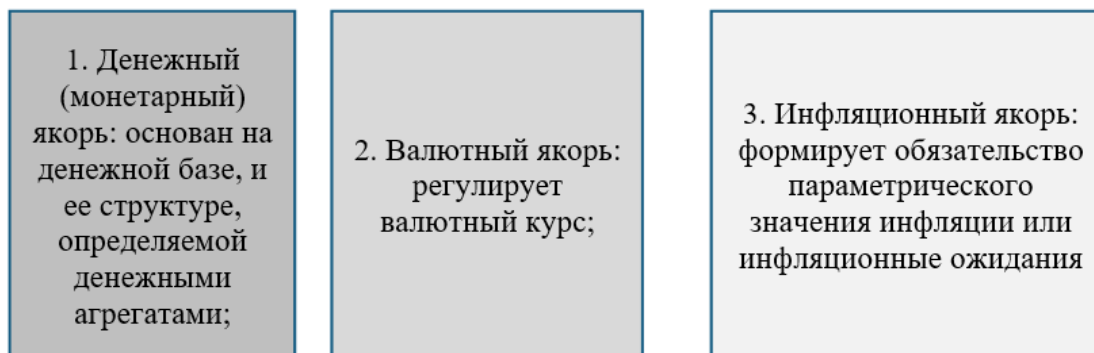


Рис. 1. Номинальный якорь денежно-кредитной политики

В современных условиях денежно-кредитные ориентиры государственной экономической политики государства реализуется посредством мер, позволяющих балансировать совокупный спрос на основе устойчивости денежного рынка, стабильности потребительских цен, предсказуемого валютного курса, в совокупности, обеспечивающих социально-экономический рост.

Несомненно, региональная часть общегосударственной денежно-кредитной политики играет, в современных условиях все большую роль. Реализация ее региональной части предусматривает меры, принимаемые для повышения предпринимательской активности через денежно-кредитные условия, учитывая региональные особенности и экономический потенциал.

Наиболее значимой формой денежно-кредитной политики на региональном уровне выступает инфляционный якорь. Использование такого инструмента Банком России позволяет удерживать теку-

щую инфляцию на уровне инфляционных ожиданий (4%), регулируя монетарные условия посредством изменения размера ключевой ставки. Официальные данные Банка России инфляционная составляющая 2022 года определена на уровне 11,8%, что значительно отличается от стратегических ориентиров.

Динамика изменения размеров ключевой ставки, имеет оптимистичную тенденцию к снижению. Экономические условия второй половины 2017 года обеспечили снижение ключевой ставки и к концу года ее значение составило 7,75%, инфляция этого периода имела параметр 2,5%.

В 2020 году тенденция снижения ключевой ставки сохранилась и достигла отметки 4,25%. Однако, монетарные условия 2021 года не позволили сохранить тенденцию снижения ключевой ставки и к концу года она составила 8,5%. Рисунок 2 графически демонстрирует колебания ключевой ставки ЦБРФ за период с 2014 года по 2022 год.

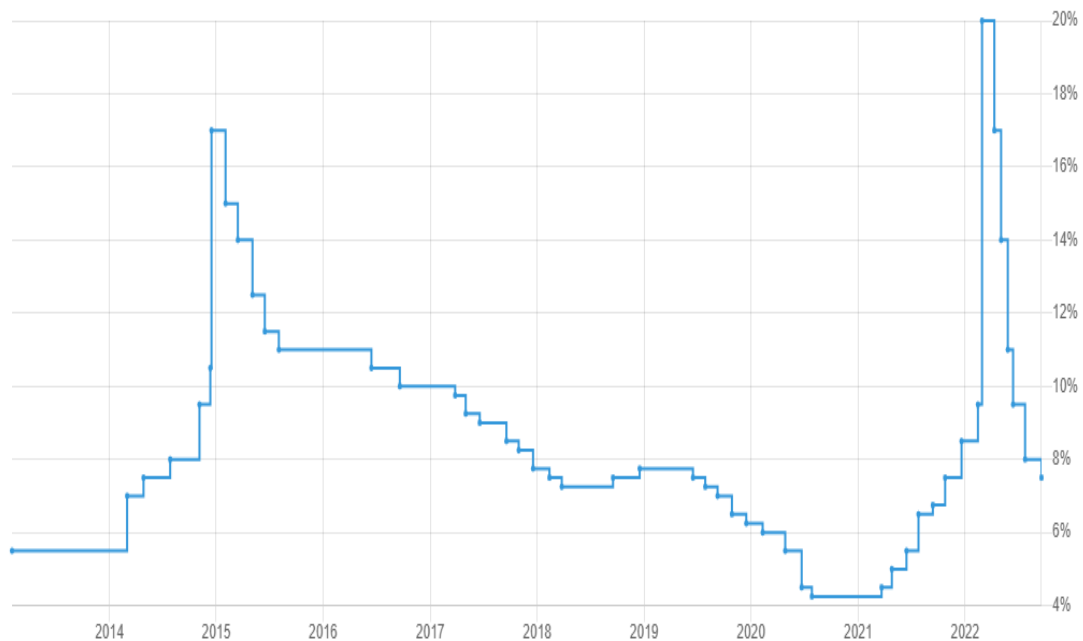


Рис. 2. Изменение ключевой ставки ЦБРФ

Принятие решения Банком России об изменении размера ключевой ставки основывается на экспертных оценках состояния экономики, включающую динамику цен, доходы населения, рентабельность

бизнеса и базовый макроэкономический показатель – инфляция. Таблица 1 показывает соответствие уровня инфляции и размера ключевой ставки за десять лет.

Таблица 1. Динамика уровня инфляции и размера ключевой ставки

Годы	Годовая инфляция в России (в %)	Ключевая ставка ЦБРФ на конец года (в %)
2013	6,45	5,5
2014	11,36	17,0
2015	12,9	11,0
2016	5,4	10,0
2017	2,5	7,75
2018	4,3	7,75
2019	3,0	6,25
2020	4,9	4,25
2021	8,4	8,5
2022	11,8	7,5

Из содержания таблицы видно, что изменения ключевой ставки зависят от инфляционных колебаний. В частности, максимальный уровень инфляции характерен для 2015 года. Однако, в дальнейшем начал снижаться к уровню инфляционных ожиданий. Условия 2020 года не позволили сохранить сложившуюся положительную тенденцию, под влиянием различных факторов, в том числе, эпидемиологические обстоятельства.

Влияние инфляции на динамику цен потребительского рынка рассматривается через индекс потребительских цен. Дан-

ный индикатор характеризует изменение уровня цен и тарифов на товары и услуги, приобретаемые населением для непроизводственного потребления за определенный период времени и измеряет отношение стоимости фиксированного перечня товаров и услуг в ценах текущего периода к его стоимости в ценах предыдущего периода.

Изменения индекса цен и тарифов на товары и услуги, приобретаемые населением для непроизводственного потребления в Калининградской области, представлены в таблице 2.

Таблица 2. Индексы потребительских цен (тарифов) на товары и услуги (в %)

Товарные группы	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Товары и услуги всего	104,7	102,8	104,8	102,8	105,1	109,5
Продовольственные товары	103,4	102,1	105,3	101,6	105,0	111,4
Непродовольственные товары	105,6	101,5	104,6	103,4	106,0	107,5
Услуги	105,7	106,2	104,3	103,8	104,1	108,9

Сведения, представленные в таблице 2 подтверждают допустимое соответствие роста цен диапазону инфляционных ожиданий на уровне 4%. Вместе с тем, можно наблюдать по некоторым временным периодам, индекс потребительских цен превышает инфляционные ориентиры ЦБРФ, как по продовольственным, так и по непродовольственным товарным группам. Особое место в динамике индекса потребительских цен занимает 2021 год, где отмечен значительный рост, от 9% до 11%, по всем товарным группам, что превышает годовой уровень инфляции (8,4%).

Денежно-кредитная система Калининградской области является составной частью общегосударственной системы и качество ее реализации должно соответствовать базовому результату – повышению уровня и качества жизни населения региона. Важным показателем благосостояния граждан являются денежные накопления населения и кредитная нагрузка. Ниже таблица 3 демонстрирует депозитную активность населения Калининградской области.

Таблица 3. Вклады физических лиц в региональную банковскую систему (млн. рублей)

	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение 2016/2020	
						абсолютное	относительное
Всего	148836	159564	176278	193492	219477	70641	147,5
в том числе:							
на рублевых счетах	113683	128569	141113	158031	178984	65301	157,4
на валютных счетах	35153	30995	35165	35461	40493	5340	115,2
из них в Сбербанке России	79041	80297	85809	89301	100682	21641	127,4
в том числе:							
на рублевых счетах	62487	66019	69796	74839	83339	20852	133,4
на валютных счетах	16554	14278	16013	14462	17343	789	104,8

Данные таблицы подтверждают рост депозитной активности граждан, что соответствует общему объему 70,6 млрд. рублей (47,5%). Лидерами выступают вклады в национальной валюте, увеличение которых определяется уровнем 57,4%. Депозиты в иностранной валюте, так же растут, что соответствует 5,3 млрд. рублей, или 15,2%.

Значительное место в денежно-кредитной системе региона занимает Сбербанк России. Динамика вкладов насе-

ления Калининградской области показывает устойчивый рост, что составляет 21,6 млрд. рублей, или 27,4%.

Увеличение объемов привлеченных средств кредитными организациями позволяет им расширять кредитные возможности с одной стороны, и увеличивать кредитные риски, с другой стороны через активизацию кредитных операций. Кредитная задолженность жителей региона представлена ниже в таблице 4.

Таблица 4. Кредитная задолженность физических лиц (млн. рублей)

	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение 2016/2020	
						абсолютное	относительное
	в рублях						
Всего	66044	77616	98749	118930	136326	70282	206,4
в том числе по жилищным кредитам	24840	30676	39835	47506	60406	35566	243,2
из них по ипотечным жилищным кредитам	24733	30591	39809	47471	60372	35639	244,1
	в иностранной валюте						
Всего	2722	2336	2538	411	333	- 2389	12,2
в том числе по жилищным кредитам	555	399	346	237	192	- 363	34,6
из них по ипотечным жилищным кредитам	537	389	339	218	184	- 353	34,3

Данные, представленные в таблице 4, подтверждают рост выдаваемых кредитов физическим лицам. Такая тенденция наблюдается за весь период исследования. В частности, кредитная задолженность в 2020 году по сравнению с 2016 годом увеличилась на 70,3 млрд. рублей, или 206,4%. Необходимо подчеркнуть, что большую часть кредитов составляют жилищно-ипотечное кредитование. Так в

2016 году объем жилищных кредитов составил 24,8 млрд. рублей, а в 2020 году – составил 60,4 млрд. рублей или 243,2%. Похожая тенденция прослеживается по ипотечным кредитам. Соответственно в 2020 году объем таких кредитов по сравнению с 2016 годом увеличился на 35,6 млрд. рублей, или 244,1%. Яркое выраженный рост кредитной активности наблюдается только в национальной валюте. Кре-

дитная задолженность в иностранной валюте имеет тенденцию к снижению, причем в 2016 году имеет место самое высокое значение, и с 2017 года наблюдается устойчивое снижение. Так в 2020 году снижение кредитной задолженности в иностранной валюте составило 2,4 млрд. рублей, что подтверждает значительный темп снижения.

Подводя итог необходимо отметить, что возможности финансовой системы Кали-

нинградской области на прямую зависят от эффективности реализации общегосударственной денежно-кредитной политики. Монетарные условия обеспечивают устойчивость финансовой системы региона, расширяют диапазон кредитных и депозитных операций в банковском секторе, привлекая население в качестве своих клиентов.

Библиографический список

1. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков: Учебник / Ин-т «Открытое общество». – М.: Магистр, 2015. – 327 с.
2. Анисимов, А.А. Макроэкономика. Теория, практика, безопасность: учебное пособие / А.А. Анисимов, Н.В. Артемьев, О.Б. Тихонова; под ред. Е.Н. Барикаева. – М.: Юнити, 2013. – 600 с.
3. Борисов Е.Ф. Экономическая теория: Учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2016. – 396 с.
4. Васильев В.П. Государственное регулирование экономики. – М.: ДиС, 2015. – 415 с.
5. Вестник Банка России № 47 (2379) 5 октября 2022.
6. Дроковский Н.Б., Есенжулова Л.С. Налоговая политика Калининградской области // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – №7.
7. Калининградская область в цифрах. 2022: Краткий статистический сборник // Калининградстат. – Калининград, 2022. – 139 с.
8. Ларионов И.К. Экономическая теория. – М.: Дашков и К, 2016. – 366 с.
9. Официальный сайт ЦБРФ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cbr.ru/hd_base/KeyRate/ (дата обращения 04.05.2023 г.).

**REGIONAL ASPECTS OF ADAPTIVE REGULATION OF THE MONETARY POLICY
OF THE KALININGRAD REGION**

N.B. Drokovski, *Associate Professor*

L.S. Esenshulova, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

Western Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

(Russia, Kaliningrad)

***Abstract.** The article examines the quality of implementation of the state monetary policy at the regional level. The role of the Bank of Russia in carrying out monetary policy in the Kaliningrad region is shown, the emphasis on the change of the key rate of the Bank of Russia and its influence on the formation of the credit resource of the region on the basis of individuals' deposits is made. The state of loan indebtedness of population in the credit system of Kaliningrad region is considered.*

***Keywords:** Monetary and credit policy of the region, Bank of Russia, nominal anchor of monetary and credit policy, key rate, inflation expectations, dynamics of credit debt, monetary savings of the population.*

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ В ПРОЦЕССЕ РЕАЛИЗАЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Д.Е. Егорова, студент

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Калужский филиал
(Россия, г. Калуга)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-210-214

***Аннотация.** Настоящая статья посвящена исследованию обеспечения безопасности в процессе реализации внешнеэкономической деятельности. Дано определение термина внешнеэкономическая деятельность. Охарактеризованы показатели внешнеэкономической деятельности РФ, сделаны выводы на основе проведенного анализа данных. Представлены негативные последствия введения санкций со стороны стран Запада. Предложены решения по обеспечению безопасности информации в рамках внешнеэкономической деятельности. Определена необходимость обеспечения безопасности транспортных маршрутов, включая обеспечение безопасности перевозок товаров, защиту транспортных средств и персонала, а также обеспечение безопасности таможенных пунктов и складов хранения товаров. Даны рекомендации по обеспечению безопасности интеллектуальной собственности в процессе реализации внешнеэкономической деятельности. Представлены меры по обеспечению финансовой безопасности в системе внешнеэкономической деятельности. Сделаны выводы по результатам исследования обеспечения безопасности в процессе реализации внешнеэкономической деятельности.*

***Ключевые слова:** безопасность, внешнеэкономическая деятельность, внешнеэкономические отношения, защита информации, параллельный импорт, санкции, транспорт, цифровизация.*

В современных условиях глобализации одной из наиболее актуальных отраслей хозяйствования является внешнеэкономическая деятельность.

Внешеэкономическая деятельность представляет собой систему экономических отношений, связанных с внешней торговлей, инвестициями и трансграничными операциями. Однако, процесс реализации внешнеэкономической деятельности сопровождается возможностью возникновения рисков и угроз, способных привести к серьезным последствиям для экономики и государства, что обуславливает необходимость обеспечения безопасности в процессе реализации внешнеэкономической деятельности.

Роль безопасности в системе внешнеэкономической деятельности является определяющей, так как она способствует защите интересов субъектов, участвующих в международной торговле – физических и юридических лиц, государства.

Результаты исследования и их обсуждение

Важность внешнеэкономической деятельности для социально-экономического развития страны обуславливает необходимость обеспечения ее безопасности и регулирования с целью повышения экономического потенциала страны, конкурентоспособности и национальной безопасности. Устойчивость и конкурентоспособность экономики определяют уровень экономической безопасности страны [1]. Так, ключевой составляющей экономической безопасности является безопасность внешнеэкономической деятельности, заключающейся в идентификации и пресечении угроз, направленных против экономических интересов государства и участников внешнеэкономических отношений.

Политика государства в области регулирования внешнеэкономической деятельности должна основываться на формировании благоприятных условий для ведения внешнеэкономических отношений между

субъектами за счёт реализации правовых, экономических и административных государственных мер по безопасности [2]. Характеристика показателей внешнеэконо-

мической деятельности РФ представлена в таблице 1 и проиллюстрирована на рисунке 1.

Таблица 1. Показатели внешнеэкономической деятельности России за 2019-2021 гг., млн долл. США [3]

Показатель, млн долл.	2019	2020	2021	% соотношение 2021/2020	% соотношение 2021/2019
Внешнеторговый оборот	673 598	573 015	798 000	139,26	118,47
Экспорт	419 721	333 375	494 000	148,18	117,70
Импорт	253 877	239 640	303 900	126,82	119,70
Сальдо	165 845	93 735	198 160	211,40	119,49

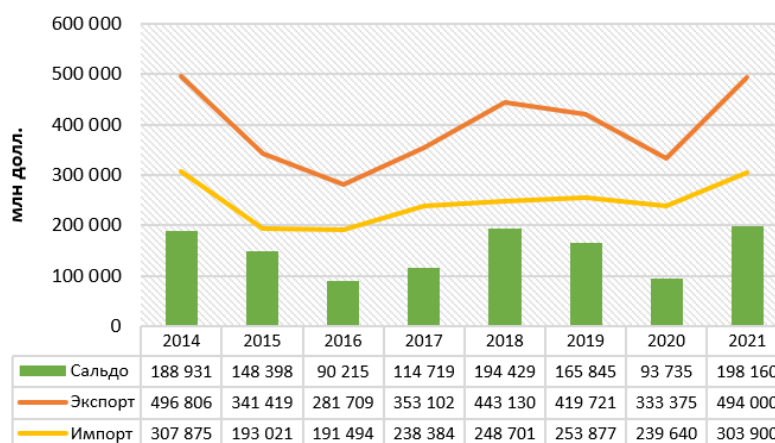


Рис. Динамика показателей внешнеэкономической деятельности РФ [3]

На основе данных официальной статистики можно сделать следующие выводы по состоянию внешнеэкономической деятельности РФ:

- импорт России за 2021 год отличался устойчивым 20% ростом относительно 2020 года, а также относительно доковидного 2019 года;

- экспорт за 2021 год почти в 1.5 раза превысил стоимость данного показателя за 2020 год, а также наблюдается рост на 20% относительно 2019 года;

- сальдо торгового баланса осталось положительным, увеличившись в 2 раза относительно 2020 года.

Таким образом, в 2021 году произошла коррекция сильного внешнеторгового спада 2020 года, вызванного коронавирусом.

Однако, сохранение в 2022 году значений представленных показателей невозможно. Так, страны Запада ввели 9 пакетов санкций в сторону РФ: массовый уход крупных зарубежных компаний с отечественного рынка, ограничения в отноше-

нии банков, отключение от системы SWIFT, перекрытие логистических путей [4]. Данные действия со стороны недружественных стран оказали большое влияние на внешнеэкономическую деятельность РФ, в том числе на значительное сокращение импорта. В случае реализации худшего сценария сокращение внешнеторгового оборота может варьироваться в пределах 30-40% [5].

Таким образом, Россия на текущий момент находится в нестабильном положении, что требует активного реформирования рынка, поиска новых стран-союзников, что позволит обеспечить безопасность в процессе реализации внешнеэкономической деятельности.

Обеспечение безопасности осуществляется через меры контроля, регулирования и мониторинга в различных сферах внешнеэкономической деятельности.

Одним из основных аспектов обеспечения безопасности в системе внешнеэкономической деятельности в результате циф-

ровой трансформации, а также внешнеэкономических разногласий, порождающих всевозможные риски и угрозы, является обеспечение информационной безопасности. Так, в связи с отказом таких зарубежных компаний как Microsoft, Trend Micro, Check Point и др. от сотрудничества, Россия стала одной из самых атакуемых стран в сфере ИТ [6]. Тенденция цифрового развития, подучившая своё становление в период пандемии, определяемая в виде перехода на удаленный тип работы, использования различных мобильных платформ и совместного доступа к базам данных, значительно увеличит объём кибератак.

Решением по представленной ситуации по обеспечению безопасности информации в рамках внешнеэкономической деятельности могут выступать следующие мероприятия:

- адаптация бизнес-процессов к условиям цифровой экономики;
- введение в организационные структуры ответственных лиц по обеспечению информационной безопасности;
- формирование собственных систем безопасности в организациях;
- контроль доступа к конфиденциальной информации;
- ведение сопровождающей документации по выполнению различных операций с конфиденциальной информацией;
- использование многоуровневого шифрования данных.

Другой важный аспект обеспечения безопасности в системе внешнеэкономической деятельности – обеспечение безопасности транспортных маршрутов. Это включает не только обеспечение безопасности перевозок товаров, но и защиту транспортных средств и персонала, а также обеспечение безопасности таможенных пунктов и складов хранения товаров.

Зависимость России от импорта велика (в большей степени от высокотехнологичной продукции). В связи с чем в результате введения февральских санкций 2022 года РФ была вынуждена налаживать связи с новыми поставщиками, преимущественно с Китаем, Индией, Турцией. Однако, такие перемены способствуют возникновению логистических рисков и угроз. Либерализация

импортного тарифа и контроль таможенной стоимости помогут решить указанные вызовы, возникшие вследствие внешнеэкономических и макроэкономических проблем [7]. Создание экономических союзов по выгодному и эффективному обороту товаров с дружественными странами, а также ведение параллельного импорта, способные преодолеть негативные последствия санкций, требуют обеспечения и поддержания экономической безопасности внешнеэкономической деятельности на должном уровне.

Так, обеспечение безопасности транспортных маршрутов должно основываться на увеличении финансирования транспортных средств, внедрения современных технологий и инноваций в систему транспорта РФ, построение и улучшение грузовых терминалов, а также проведения систематического и детального мониторинга транспорта и автодорожного полотна [8]. Проведение конференций и активное участие специалистов и работников данной сферы позволит сформировать новую базу знаний, адаптированную к современным решениям для применения в практической деятельности.

Представленные два аспекта обеспечения безопасности в системе внешнеэкономической деятельности определяют необходимость в обеспечении защиты прав интеллектуальной собственности внешнеэкономических операций. Внешнеэкономическая деятельность основывается с передачей знаний и технологий, что может быть связано с нарушением авторских прав или патентов. Для защиты прав интеллектуальной собственности и обеспечения требуемой безопасности важно соблюдать соответствующие законы и стандарты, а также применять меры контроля и мониторинга.

Внешнеэкономическая деятельность сопровождается перемещением денежных средств через границы государств, что подразумевает необходимость в обеспечении финансовой безопасности. Обеспечение финансовой безопасности в системе внешнеэкономической деятельности основывается на регулярном проведении оценки финансовой надежности партнеров,

разработка и применение на практике защищенных платежных систем и механизмов управления рисками финансовых потерь, связанных с неплатежеспособностью, валютными колебаниями и мошенническими операциями.

Выводы

Внешнеэкономическая деятельность является важным фактором экономического развития государства. Однако, внешнеэкономическая деятельность также является рискованной и уязвимой сферой деятельности, которая требует обеспечения безопасности в различных аспектах, таких как транспорт, информация, права интеллектуальной собственности и финансы. Меры безопасности, такие как оценка рисков, физическая безопасность, кибербезопасность и безопасность цепочки поставок,

необходимы для защиты от потенциальных угроз, таких как кража, мошенничество, терроризм и кибератаки, которые могут повлечь серьезные последствия для мировой экономики. Важно также обучать персонал, работающий в сфере внешнеэкономической деятельности, по вопросам безопасности. Только таким образом возможно обеспечить успешное выполнение внешнеэкономических операций и защиту интересов государства. Обеспечение безопасности в системе внешнеэкономической деятельности способствуют обеспечению доверия между субъектами и уверенности в продолжительности внешнеэкономических отношений, что необходимо для устойчивого экономического роста и развития.

Библиографический список

1. Стасев М.А. Роль обеспечения безопасности в системе внешнеэкономической деятельности для повышения национальной экономической безопасности // *Пространство экономики*. – 2012. – №4-2.
2. Круглов В.Н., Левинзон В.С. Совершенствование индикативных параметров внешнеэкономической деятельности на современном этапе развития // *Региональная и отраслевая экономика*. – 2022. – №2.
3. Торговля в России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gks.ru/bgd/regl/b21_58/Main.htm (дата обращения 13.03.2023).
4. Бондарева, А.В. Международная торговля Российской Федерации в условиях внешнего санкционного давления / А.В. Бондарева, Е.А. Зайченко // *Вызовы и решения для бизнеса: ВЭД в новых реалиях : Сборник материалов III Международного внешнеэкономического научно-практического форума, Москва, 14 декабря 2022 года*. – Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2023. – С. 61-65. – EDN OJKPEX.
5. Веселов, Д.С. Исследование зависимости величины внешнеторгового оборота Российской Федерации от валютного курса / Д.С. Веселов, Е.В. Шиман // *Вызовы и решения для бизнеса: ВЭД в новых реалиях: Сборник материалов III Международного внешнеэкономического научно-практического форума, Москва, 14 декабря 2022 года*. – Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2023. – С. 74-78. – EDN GAAJHI.
6. Брошенкова, Д.А. Пути повышения информационной безопасности предприятий с учетом обострения геополитического кризиса / Д.А. Брошенкова, Р.Н. Фролов // *Вызовы и решения для бизнеса: ВЭД в новых реалиях: Сборник материалов III Международного внешнеэкономического научно-практического форума, Москва, 14 декабря 2022 года*. – Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2023. – С. 66-68. – EDN BXQMVR.
7. Иванилова, М.С. Системные проблемы таможенной политики на современном этапе / М.С. Иванилова, С.В. Зыбенко // *Вызовы и решения для бизнеса: ВЭД в новых реалиях: Сборник материалов III Международного внешнеэкономического научно-практического форума, Москва, 14 декабря 2022 года*. – Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2023. – С. 128-134. – EDN XUTIHV.

8. Ломать, Е.П. Логистика перевозок // Вызовы и решения для бизнеса: ВЭД в новых реалиях: Сборник материалов III Международного внешнеэкономического научно-практического форума, Москва, 14 декабря 2022 года. – Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2023. – С. 211-214. – EDN ODIZIO.

ENSURING SECURITY IN THE PROCESS OF IMPLEMENTING FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

D.E. Egorova, *Student*

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Kaluga Branch

(Russia, Kaluga)

***Abstract.** This article is devoted to the study of security in the implementation of foreign economic activity. The definition of the term foreign economic activity is given. The indicators of foreign economic activity of the Russian Federation are characterized, conclusions are drawn based on the data analysis. The negative consequences of the introduction of sanctions by Western countries are presented. Solutions to ensure the security of information in the framework of foreign economic activity are proposed. The necessity of ensuring the safety of transport routes, including ensuring the safety of transportation of goods, protection of vehicles and personnel, as well as ensuring the security of customs points and warehouses for storing goods, has been determined. Recommendations are given to ensure the security of intellectual property in the process of implementing foreign economic activity. Measures to ensure financial security in the system of foreign economic activity are presented. Conclusions are drawn based on the results of the study of security in the implementation of foreign economic activity.*

***Keywords:** security, foreign economic activity, foreign economic relations, information protection, parallel import, sanctions, transport, digitalization.*

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПЕРСОНАЛА

А.И. Еникеева, студент
Уфимский университет науки и технологий
(Россия, г. Уфа)

DOI: 10.24412/2411-0450-2023-5-1-215-218

***Аннотация.** Статья посвящена исследованию социально-психологических факторов, влияющих на работу и эффективности персонала и организации в целом. В ней рассматриваются научные и практические подходы к данной проблеме. Также даны рекомендации по повышению эффективности персонала через учет социально-психологических особенностей.*

***Ключевые слова:** эффективность персонала, мотивация, социально-психологические факторы, лидерство, удовлетворенность.*

Вопрос эффективности сотрудников постоянно привлекает к себе пристальное внимание руководителей, предпринимателей, собственников, экономистов, организационных консультантов. В сфере управления человеческими ресурсами это один из немногих вопросов, не зависящих от текущих рыночных условий. Кроме того, повышение эффективности сотрудников является сегодня основной целью управления человеческими ресурсами в компании. Эффективность персонала в любой организации зависит от множества факторов, включая социально-психологические. Эти факторы могут включать мотивацию, коммуникацию, лидерство, удовлетворенность работой и другие.

Социально-психологические факторы эффективности персонала зависят от взаимодействия между людьми в организации. Удовлетворенность работой и мотивация сотрудников важны для эффективности организации, а лидерство и коммуникация являются ключевыми факторами, определяющими успех или неудачу.

В качестве социально-психологических факторов эффективности организации определяют следующие: целенаправленность, эмоциональность, мотивацию, организованность, интегративность, стрессоустойчивость [6].

Наиболее очевидный и понятный нам социально-психологический фактор эффективности – это мотивация. Закон Р.М. Йеркса и Дж.Д. Додсона, гласит, что

увеличение мотивации ведет к улучшению качества деятельности до определенного момента, а затем может привести к снижению производительности. Это происходит из-за того, что слишком высокий уровень мотивации может привести к чрезмерному напряжению, утомлению, снижению концентрации и, соответственно, эффективности [9].

Поэтому определение оптимального уровня мотивации является важной задачей для компаний, так как это может влиять на производительность и успех организации. Для нахождения баланса между достаточной мотивацией и предотвращением перенапряжения компании могут использовать различные методы мотивации, такие как материальное вознаграждение, развитие карьеры, признание и поощрение, удовлетворение социальных потребностей и т.д. Практика показывает, что при определенном диапазоне удельного вознаграждения в ответ на его повышение работник увеличивает выработку, т. е. существует прямая зависимость между ними [1].

Однако, оптимальный уровень мотивации может различаться для каждого работника, в зависимости от его индивидуальных потребностей, ценностей, личности и других факторов. Поэтому, компании должны использовать методы анкетирования, обратной связи и личной коммуникации для понимания потребностей и мотивации каждого работника.

Социально-психологические факторы эффективности персонала могут быть реализованы путем использования различных методов и подходов. Например, для повышения мотивации сотрудников организации могут использовать систему поощрений, предоставлять возможности для профессионального и личностного роста, а также участия в проектах и в управлении. Для улучшения коммуникации между сотрудниками можно проводить тренинги и семинары, создавать рабочие группы, организовывать корпоративные мероприятия. Связующим звеном и важным фактором эффективности персонала также является наличие формального и неформального лидерства, которое должно обеспечивать мотивацию и управлять коммуникацией внутри организации [4].

Социально-психологические факторы эффективности персонала исследовались многими учеными, и научные подходы к этой проблеме могут варьироваться. Одним из подходов является теория двухфакторной мотивации, предложенная Фредериком Герцбергом. Он выделил два типа факторов, влияющих на удовлетворенность сотрудников работой: гигиенические и мотивационные. Гигиенические факторы, такие как условия труда, зарплата, политика компании, не обеспечивают мотивации, но их отсутствие может привести к неудовлетворенности. Мотивационные факторы, такие как возможность профессионального роста, признание и уважение со стороны коллег и руководства, действительно могут мотивировать сотрудников.

В основе другого научного подхода лежат теории Ф. Герцберга и А. Маслоу, которые связывают мотивацию с потребностями сотрудников. Согласно этим теориям, основные потребности включают физиологические, безопасности, социальные, уважения и самореализации. Компания должна удовлетворять эти потребности, чтобы мотивировать своих сотрудников [3].

Подобный подход действительно упрощает модель исследования социально-психологических факторов эффективности персонала, но не учитывает многих других факторов, влияющих на мотивацию и удо-

влетворение потребностей работников. Например, работники могут быть мотивированы не только денежным вознаграждением, но и другими видами поощрения, такими как похвала, возможности для развития, повышение статуса и т.д. Кроме того, у разных людей могут быть разные потребности и приоритеты, и они могут меняться со временем. Поэтому важно учитывать индивидуальные потребности и мотивы работников при разработке системы вознаграждения и мотивации в компании [8].

Также существует теория эффективного лидерства Ф. Фидлера (основатель теории ситуационного лидерства), которая указывает на такой важный фактор, как поведение лидера. Эта теория основана на том, что эффективность работы команды зависит от того, насколько каждая ситуация позволяет руководителю контролировать команду и влиять на ее работу. Изучая эффективность лидера, Фидлер с коллегами пришли к выводу, что в разных условиях для эффективности нужны разные типы лидерства. Исследования дали понять, что предсказать ход развития группы невозможно на основе только лишь личных качеств лидера, зато это вполне возможно, если есть информация о ситуации, в которой руководитель осуществляет свою функцию [5].

Отметим, что эффективный лидер должен обладать определенными качествами, такими как эмпатия, способность к вдохновению и мотивации, умение вести коммуникацию, умение управлять конфликтами и т.д.

Попова Л.Г., Захаревич Н.А. указывают на социально-психологический климат, который оказывает значительное влияние на процессы в коллективе [6]. Как правило, он отражает общее отношение сотрудников друг к другу, их отношение к руководству и к работе в целом. В хорошем социально-психологическом климате сотрудники чувствуют себя комфортно и уверенно, они могут свободно общаться друг с другом и высказывать свои мнения, что способствует более эффективному принятию решений. Кроме того, благоприятный социально-психологический климат

способствует лучшей мотивации сотрудников, что, в свою очередь, влияет на качество работы и производительность. Плохой же социально-психологический климат может привести к конфликтам, напряженности и низкой мотивации, что влияет на результативность работы коллектива. Поэтому управление социально-психологическим климатом является одной из важнейших задач руководства в любой организации.

Также для успешного решения социально-психологических проблем в компании необходимо иметь квалифицированных специалистов, которые будут проводить анализ и разрабатывать меры по улучшению рабочей среды и усилению мотивации сотрудников. Важно на регулярной основе проводить оценку эффек-

тивности персонала, чтобы понимать, какие аспекты работы нуждаются в улучшении, и принимать соответствующие меры.

Таким образом, учет социально-психологических факторов играет важную роль в повышении эффективности персонала и является необходимым для любой организации с целью улучшения результатов работы и повышения удовлетворенности сотрудников. Теория, практика и научные подходы могут помочь организациям создать условия для мотивации сотрудников, улучшения коммуникации и развития лидерства. Однако, каждая организация имеет свои особенности и требует индивидуального подхода к социально-психологическим факторам, чтобы обеспечить эффективность персонала.

Библиографический список

1. Родионова Е.А. Психологические факторы эффективности сотрудников современного предприятия // *Terra Linguistica*. – 2011. – №124.
2. Гастев, А.К. Социальные установки // *У истоков НОТ: забытые дискуссии и нереализованные идеи*. – Л., 1990. – С. 103-121.
3. Маслоу А.Г. Мотивация и личность. – СПб.: Евразия, 1999. – 215 с.
4. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: Учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2017. – 325 с.
5. Модель эффективного лидерства Фреда Фидлера. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gershanovich.ru/blog/model-effektivnogo-liderstva-freda-fidlera?ysclid=lhj7xl0pk1755247401> (дата обращения: 11.05.2023).
6. Попова Л.Г., Захаревич Н.А. Влияние социально-психологического климата на деятельность организации // *Электронный научный журнал «Век качества»*. – 2017. – №1. – С. 110-121.
7. Галина А.Э., Григорьева А.В., Илларионов И.В. Социально-психологические факторы успешности трудовой адаптации и карьерного продвижения персонала // *Экономика и управление: научно-практический журнал*. – 2022. – № 1 (163). С. 101-106.
8. Набиуллина Р.Р., Галина А.Э. Мотивация персонала как важнейший фактор повышения эффективности организации // *Инновационные доминанты социально-трудовой сферы: экономика и управление: материалы ежегодной международной научно-практической конференции по проблемам социально-трудовых отношений*. – Воронеж: 20.10. 2021. – С. 199-203.
9. Yerkes R.M., Dodson J.D. The relation of strength of stimulus to rapidity of habit-formation // *Journal of comparative neurology and psychology*. – 1908. – Т. 18. – С. 459-482.

SOCIO-PSYCHOLOGICAL FACTORS OF PERSONNEL EFFECTIVENESS

A.I. Enikeeva, *Student*

Ufa University of Science and Technology

(Russia, Ufa)

Abstract. *The article is devoted to socio-psychological factors of personnel efficiency. It examines theory, practice and scientific approaches to this problem. It describes the influence of various socio-psychological factors on the work of employees and shows how they can affect the success of the organization. Recommendations are also given to improve the efficiency of personnel through taking into account socio-psychological factors.*

Keywords: *personnel efficiency, motivation, socio-psychological factors, leadership, satisfaction.*

УГРОЗЫ И РИСКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Л.С. Есенжулова, канд. экон. наук, доцент

Н.Б. Дроковский, доцент

Западный филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

(Россия, г. Калининград)

DOI: 10.24412/2411-0450-2023-5-1-219-222

Аннотация. В статье рассматриваются цифровые технологии, которые существенно ускоряют процесс сбора, обработки информации, а также ее последующего хранения, классифицированы и рассмотрены основные риски и угрозы экономической безопасности в условиях цифровизации экономики, их влияние и пути минимизации.

Ключевые слова: риски и угрозы цифровизация экономики, цифровой переход, экономическая безопасность, цифровые технологии, цифровая инфраструктура, инновационное развитие, цифровое неравенство.

В условиях развития технической и информационной сфер деятельности, с каждым годом цифровой переход становится все ближе и приобретает повсеместную распространенность. Цифровые технологии существенно ускоряют процесс сбора, обработки информации, а также создают условия для ее последующего хранения. Также, вследствие цифровой трансформации повышается открытость и прозрачность деятельности организаций, появляются новые рабочие места, улучшается микроклимат в коллективе, снижаются затраты и расходы компаний, автоматизируются и ускоряются рабочие процессы и документооборот, а также повышается качество товаров и предоставляемых услуг. На сегодняшний день подавляющее количество отраслей российской экономики находится на относительно раннем этапе перехода.

Масштабы внедрения цифровой платформы в экономику подчеркивают набор определенных трудностей такого внедрения и различные дискуссии по этой тематике. По оценкам экспертов, цифровая экономика формируется в различных формах, например, ее деление на «прямую», рассматриваемую как онлайн-бизнес и противоположно проявляемую как «косвенную», работающую одновременно с традиционными формами. Необходимо учитывать влияние процесса цифровизации

на качество функционирования различных сфер экономики, работающих в традиционном формате.

Важной особенностью качественного внедрения цифровых технологий в экономику четкое разграничение, на первый взгляд, похожих понятий «цифровизация» и «автоматизация», значение которых часто путают. Например, компьютеры с доступом в интернет нельзя рассматривать как цифровизацию экономической деятельности, так как, это всего лишь инструменты, позволяющие автоматизировать некоторые процессы, а основная цель преобразований – это цифровая трансформация, ведущая к радикальному изменению бизнес-модели, созданию иной производственной платформы и экономических отношений.

Созданная государственная программа «Цифровая экономика РФ» требует дополнительного ее законодательного закрепления. В этой связи, Президент Российской Федерации подписал в 2020 году указ № 474 «О национальных целях развития РФ на период до 2030 г.», одной из основных целей данного проекта является реализация ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере [2].

Приоритетами программы являются ряд направлений ее реализации, к которым можно отнести создание необходимой ин-

фраструктуры; изменение в системе образования; формирование цифровой грамотности; государственная поддержка компаний, активно внедряющих цифровые технологии и ряд других составляющих [1].

Внедрение цифровых технологий в экономику создает не только современные возможности развития, но и формирует новые условия рисков и угроз в социально-экономической сфере, что вызывает необходимость изменения условий защищенности экономики в рамках национальной безопасностью России в сфере развития цифровых технологий. Экономическая безопасность государства в условиях

внедрения цифровых технологий является одной из главных задач, поскольку позволяет обеспечивать наиболее рациональное использование ресурсов для предотвращения угроз [4].

Ключевыми приоритетами экономической безопасности в рамках внедрения цифровых технологий, позволяющих определить специфические показатели (индикаторы) обеспечения экономической безопасности, что позволит дать оценку такого внедрения. Ключевые приоритеты внедрения цифровой экономики в РФ представлены в таблице 1 [3].

Таблица. 1 Ключевые приоритеты внедрения цифровой экономики в РФ

Ключевые приоритеты внедрения цифровой экономики в России	Цель
Нормативное регулирование	Принятие мер, направленных на стимулирование предпринимательской деятельности, связано с использованием современных технологий, и необходимости разработки механизма управления цифровой экономикой
Кадровое обеспечение и образование	Создание ключевых условий для подготовки кадров, а также совершенствование системы образования
Информационная инфраструктура	Развитие сетей связи, которые обеспечивают потребности экономики по сбору, передаче данных государству, предприятиям и гражданам с учетом требований, предъявляемых цифровыми технологиями
Национальная безопасность	Поддержание необходимого уровня защищенности личности, общества и государства от внешних и внутренних угроз, возникающих в результате цифровой трансформации экономики

Масштабы цифровой экономики требуют от хозяйственного комплекса страны не только ее внедрения, но и обеспечения

безопасности, основные направления которой представлены на рисунке 1 [6].

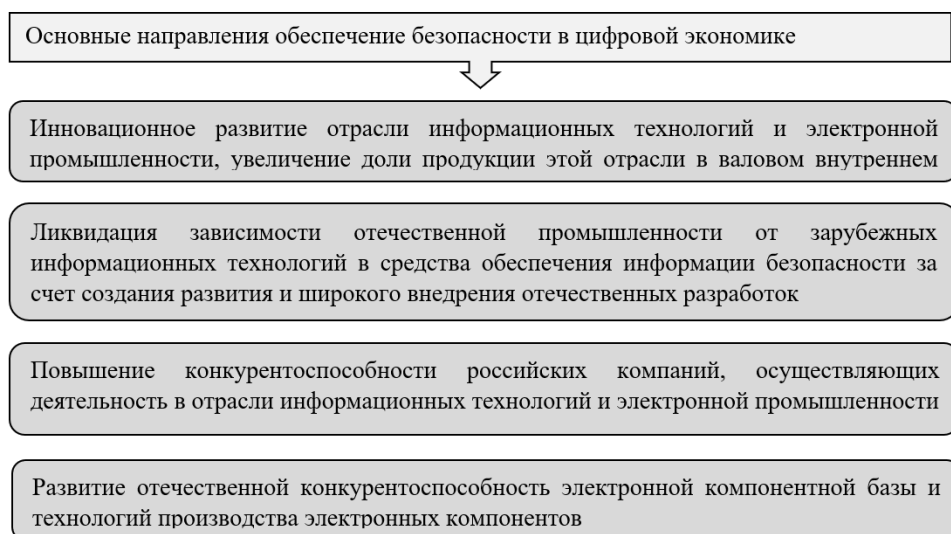


Рис. 1. Основные направления обеспечение безопасности в цифровой экономике

При внедрении цифровых технологий следует определить риски, а также рассмотреть последствия, представленные в

таблице 2, возникающие вследствие цифровой трансформации экономики [6].

Таблица 2. Риски в условия цифровой трансформации экономики

Риски	Последствия
Низкая защищенность экономического субъекта от Интернета	Внешнее воздействие негативных факторов на информационной структуры и нарушение нормальной пункционную инфраструктуру может заблокировать работу экономических систем на всех уровнях
Формальный подход к цифровизации	Внедрение цифровых систем повышающих экономическую эффективность фактически
Технологический скачок на основе искусственного интеллекта	Изменение профессиональных компетенций, сложности трудоустройства, социальная напряженность, особенно у трудоспособного населения
Адаптация профессионального образования	Создание новых программ подготовки кадров, их адаптация к условиям трансформирующегося рынка труда
Разные возможности цифровой адаптации	Дифференциация общества, финансовых возможностей, доступа к цифровой инфраструктуре

Угрозами внедрения цифровой экономики могут быть следующие:

1. Снижение кадровой стабильности на предприятиях;

2. Углубление технологических различий в развитии между странами в зависимости от эффективности внедрения цифровых технологий;

3. Совершенствование системы управления интеллектуальными системами, что снижает возможность техногенных катастроф;

4. Проблема конфиденциальности информации, при обработке персональных данных с использованием информационных технологий;

5. Экологический фактор и мониторинг применения цифровых технологий на экологическую безопасность страны;

6. Возрастание масштабов компьютерной преступности, прежде всего в кредитно-финансовой сфере;

7. Увеличивается число преступлений, связанных с нарушением конституционных прав и свобод человека, касающихся частной жизни и личной (семейной) тайны;

8. Активизация и сложность компьютерных атак [4].

Влияние цифровых технологий на экономическую безопасность разработаны не

в полной мере и требуют нормативной осведомленности и дополнительных мер.

Меры снижения рисков, связанных с цифровизацией экономики, следующие:

- Обеспечение мониторинга проблем и успехов в цифровизации экономики РФ;

- Разработка стратегии трансформации промышленности с учетом цифровых технологий, подготовка специалистов, поддержка государством цифровых компаний;

- Разработка стратегии внедрения цифровых технологий, учитывая подготовку кадров, научное [3].

Развитие цифровой экономики требует комплексного подхода начиная с концептуального внимания государственных органов власти, активности экономической системы и ученых, заканчивая цифровой интеграцией общества. Положительные преобразования жизни общества, дадут ощутимые преимущества, и одновременно создадут новые экономические угрозы и риски. В данной статье была рассмотрена необходимость разработки мер борьбы с новыми угрозами и рисками, возникающими в результате внедрения цифровой экономики. Методологическая платформа должна базироваться как на традиционных методах минимизации рисков, так и применять последние достижения в области IT-технологий.

Библиографический список

1. Официальный сайт Министерства цифрового развития связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/?utm_referrer=https%3a%2f%2fwww.google.com%2f#section-description.

2. Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 г. № 474. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45726>.

3. Андрияшина Е.А., Гудкова О.В. Антимонопольное регулирование в цифровую эпоху // В сб. «Антимонопольная политика. Региональная практика» национальной конф. с международным участием. – Брянск: Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, 2021. – С. 40-44.

4. Бондаренко Т.Г., Михалева Ю.С., Гудкова О.В. Современные электронно-цифровые технологии в развитии налогового администрирования // В сб. «Актуальные вопросы экономической безопасности и таможенного дела» Всерос. н.-пр. конф. – Брянск: Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, 2020. – С. 171-173.

5. Гудкова О.В., Тананыкина Я.Г. Информационная безопасность предприятия: угрозы и вызовы в условиях цифровизации // Экономика. Социология. Право. – 2020. – № 4 (20). – С. 9-14.

6. Ковалева Н.Н., Ермакова Л.В. Цифровая экономика и перспективы ее развития в учетно-аналитической отрасли // В межвуз. сб. научных трудов и результатов совместных научно-исследовательских проектов. «Современное состояние и перспективы развития финансово-аналитической науки и практики в цифровом пространстве в России и за рубежом». – М.: Аудитор, 2018. – С. 117-122.

THREATS AND RISKS OF ECONOMIC SECURITY IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY

L.S. Esenshulova, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

N.B. Drovovski, *Associate Professor*

Western Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

(Russia, Kaliningrad)

***Abstract.** The article discusses digital technologies that significantly accelerate the process of collecting, processing information, as well as its subsequent storage, classifies and examines the main risks and threats to economic security in the conditions of digitalization of the economy, their impact and ways to minimize.*

***Keywords:** risks and threats digitalization of the economy, digital transition, economic security, digital technologies, digital infrastructure, innovative development, digital inequality.*

ПРИМЕНЕНИЕ КРИЗИС-ПРОГНОЗНЫХ МОДЕЛЕЙ В ДИАГНОСТИКЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОМПАНИИ «SABIC»

А.А. Жильченко, магистрант

Научный руководитель: А.Г. Рыбинец, канд. экон. наук, доцент

Дипломатическая академия МИД России

(Россия, г. Москва)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-223-230

***Аннотация.** Статья посвящена определению вероятности банкротства предприятия на примере саудовской нефтехимической компании SABIC на основе нескольких кризис-прогнозных моделей. Для анализа устойчивости компании проведены расчеты, базирующиеся на ее бухгалтерской отчетности, а также проанализировано положение SABIC на рынке в целом, определены ее связи с аффилированными организациями и установлены возможные причины повышенного риска финансовой нестабильности фирмы.*

***Ключевые слова:** SABIC, Saudi Basic Industries Corporation, кризис-прогнозное моделирование, банкротство, хозяйственная деятельность, нефтехимическая компания, Саудовская Аравия.*

Глобальная система хозяйствования сегодня оказывается в условиях воздействия на нее новых, но уже отчетливо прослеживаемых фундаментальных тенденций. Среди них неустойчивая ситуация на мировых рынках энергоносителей, реформирование цепочек поставок в связи с пандемией коронавируса, а также поступательная трансформация развитых и развивающихся национальных экономик в сторону «безуглеродного» типа развития. В этом контексте страны-экспортеры углеводородного сырья одними из первых вынуждены адаптировать свои модели к перманентно меняющимся внешним условиям.

Так, ключевой игрок на мировом рынке нефти – Королевство Саудовская Аравия (КСА), – безусловно, и сегодня подтверждает свою международную специализацию на добывающей промышленности, занимая первое место по стоимостному объему экспорта «черного золота» за рубеж (95,7 млрд долл., 15% мирового экспорта сырой нефти) [1]. Тем не менее, для КСА указанная выше совокупность детерминант, предопределяющих масштабный «энергопереход» мировой экономики к возобновляемым источникам, обосновыва-

ет необходимость формирования долгосрочной стратегии переориентации национального хозяйства на секторы, напрямую не связанные с добычей сырья.

Закономерно, что именно идеи диверсификации экономики легли в основу всеобъемлющего государственного проекта «Видение Саудовской Аравии – 2030». Стоит подчеркнуть: несмотря на стремление к конечной цели преобладания в хозяйственной системе КСА исключительно ненефтяных секторов (инфраструктурное строительство, финансовый и банковский секторы, сектор информационно-коммуникационных технологий и т.д.), первостепенной задачей Национальной программы промышленного развития и логистики в рамках «Видения-2030» является развитие отраслей, смежных с нефтегазовым сектором [2]. В связи с этим одним из «бизнес-локомотивов» диверсификации в Королевстве стал многопрофильный производитель нефтехимической продукции Saudi Basic Industries Corporation (SABIC). Компания является лидером по рыночной капитализации во всем регионе Ближнего Востока среди фирм различной специализации, исключая нефтяной сектор (рис. 1).

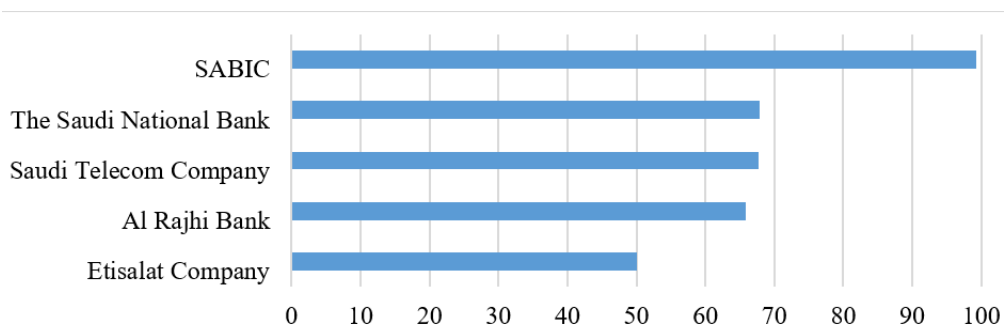


Рис. 1. Рейтинг крупнейших нефтяных компаний Ближнего Востока по рыночной капитализации, млрд долл. [3]

Примечательно, что пятерку крупнейших нефтяных компаний региона образуют именно саудовские корпорации при кратном преимуществе SABIC. В целом, даже с учетом нефтегазовой сферы, SABIC, тем не менее, занимает второе по величине место среди ближневосточных компаний, акции которых обращаются на фондовой бирже. Помимо этого, SABIC считается одним из крупнейших производителей нефтехимической продукции в мире [4].

Что касается становления компании, кратко отметим: SABIC была учреждена королевским указом в сентябре 1976 года [5] как компания с относительно гибкой управленческой моделью в противовес полностью государственной и забюрократизированной компании Petromin. По сути создание новой корпорации в сфере нефтехимии можно рассматривать как очередную попытку саудовских властей создать эффективную корпоративную структуру, способную выдержать конкуренцию с Arabian American Oil Company (впоследствии выкупленной государством у американской компании Standard Oil of California и известной сегодня как Saudi Aramco) [6]. На текущий же момент 70% акций SABIC принадлежат Saudi Aramco, тогда как остальные 30% находятся в свободном обращении.

Еще одна задача, которую государство решало посредством учреждения SABIC, – это постепенный переход от экспорта сырья к поставкам за рубеж наукоемких товаров с высокой добавленной стоимостью, т.е. химикатов, полимерных материалов, удобрений, продукции металлообработки и т.д. [7].

На данный момент SABIC остается одной из самых конкурентоспособных корпораций в своей сфере: в 2021 году компания заняла 2-е место среди самых высоко оцениваемых брендов в области химической промышленности по версии Brand Finance [8]. Необходимо подметить и финансовые успехи SABIC: чистая прибыль компании за 2021 год составила 6,15 млрд долл. при сумме активов в 84,91 млрд долл. и объеме производства в 45,87 млн метрических тонн. Стоимость бренда компании составляет 4 млрд долл. США (для сравнения обратим внимание, что этот показатель равен стоимости бренда Pfizer на 2021 год) [9].

Вместе с тем, нельзя игнорировать тот факт, что компания изначально формировалась как экспортоориентированная организация, а значит, несмотря на поддержку государства (в том числе через Saudi Aramco, на 94% принадлежащей государству), компания неизбежно сталкивается с повышенным риском потери прибыли. Это связано с тем, что внешнеэкономическая деятельность для любой компании сопряжена с чрезвычайной подверженностью шокам извне, а в отношении компании, ведущей свою деятельность на Ближнем Востоке, это особенно критично при наличии имманентного политического риска.

Данный тезис подтверждается и тем, что в последние годы, несмотря на первоначальный рост кредитного рейтинга компании, в оценке кредитоспособности SABIC наблюдаются и противоположные тенденции. Так с 2017 года официальный кредитный рейтинг SABIC в целом, присваиваемый ей агентствами Standard & Poor's, Moody's и Fitch, и ее «самостоя-

тельный рейтинг» (Stand-Alone Credit Profile) резко отличаются [10]. Например, по методологии S&P, «совокупный» рейтинг компании – «А+», а Stand-Alone оказывается на две ступени ниже – «А-». Это связано с тем, что последний показатель отражает кредитоспособность организации, не принимая во внимание как положительное, так и отрицательное влияние на нее материнской компании, аффилированных фирм или государства. Отсюда следует, что с 2017 года рейтинг SABIC оказывается под давлением таких факторов, как потолки цен, обязательство участвовать в проектах с высоким уровнем риска, директивы по реализации убыточного товара и т.д. [11].

Таким образом, в силу наличия объективных предпосылок, потенциально подрывающих деятельность компании уже на данный момент, представляется необходимым провести кризис-прогнозное моделирование финансовой устойчивости компании с целью определить эффективность менеджмента компании SABIC, ее перспективы и вероятность банкротства в будущем.

Для анализа были отобраны три модели – пятифакторная модель Альтмана для компаний, акции которых котируются на бирже, модель Лиса и модель Таффлера-Тишоу. Исследование проведем на основе данных финансовой отчетности компании SABIC за три выбранных года – 2017, 2019

и 2021 [12]. Выбор такого временного промежутка обусловлен снижением кредитного рейтинга компании именно в 2017 году, согласно агентству S&P, а также необходимостью исключить из выборки аномальный с финансовой точки зрения 2020 год.

Итак, пятифакторная модель Эдварда Альтмана считается самой популярной, т.к. именно она была впервые предложена в 1968 году [13], значительно увеличив эффективность прогнозов по сравнению с первоначальным вариантом модели. Данная модификация имеет следующий вид:

$$Z = 1,2x_1 + 1,4x_2 + 3,3x_3 + 0,6x_4 + x_5, (1)$$

где:

x_1 – отношение оборотного капитала к сумме активов;

x_2 – отношение нераспределённой прибыли к сумме активов;

x_3 – отношение прибыли до налогообложения и выплаты процентов к сумме активов;

x_4 – отношение рыночной стоимости собственного капитала к бухгалтерской стоимости всех обязательств;

x_5 – отношение суммы выручки к сумме активов.

Отобранные данные и полученные результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1. Статьи бухгалтерского баланса SABIC за анализируемый период для расчетов по пятифакторной модели Альтмана для компаний, акции которых котируются на бирже

<i>Исходные данные, тыс. риалов</i>	2017	2019	2021
Активы	322 455 422	310 365 751	318 438 777
Оборотный капитал	69 464 065	57 513 980	58 193 055
Нераспределенная прибыль	25 484 745	8 462 836	30 501 771
Прибыль до налогообложения	29 624 745	11 682 306	34 087 964
Бухгалтерская (балансовая) стоимость всех обязательств	112 316 930	99 114 429	106 405 479
Рыночная стоимость акционерного капитала	30 000 000	30 000 000	30 000 000
Объем продаж	149 765 968	139 737 384	174 883 126
<i>Модель Альтмана</i>			
x1	0,22	0,19	0,18
x2	0,08	0,03	0,10
x3	0,09	0,04	0,11
x4	0,27	0,30	0,28
x5	0,46	0,45	0,55
Z-score	1,30	1,02	1,43

В данном случае, для оценки Z-результата разработаны следующие критерии:

$Z < 1,81$ – вероятность банкротства составляет более 80%;

$1,81 < Z < 2,77$ – вероятность банкротства составляет 35-50%;

$2,77 < Z < 2,99$ – вероятность банкротства составляет 15-20%;

$Z > 2,99$ – компания абсолютно финансово устойчива.

Отметим, что, исходя из проведенных расчетов, SABIC в действительности находится на грани банкротства, со значениями гораздо ниже порогового 1,81 (рис. 2).

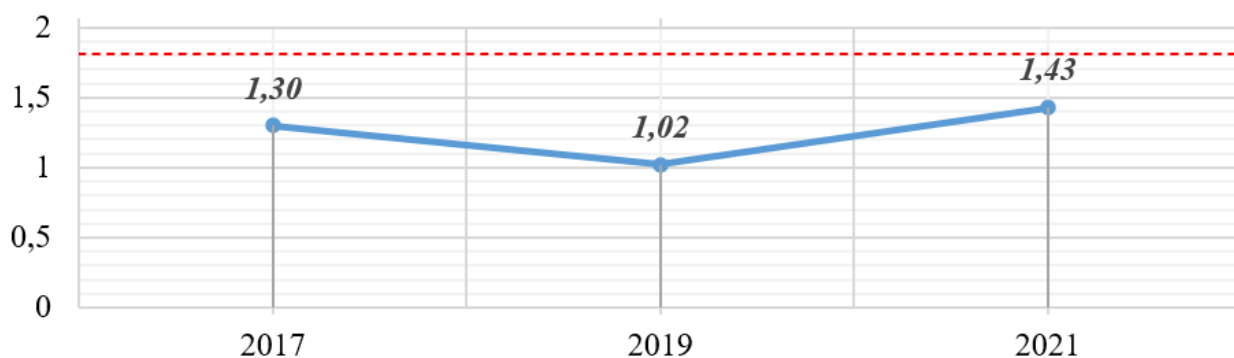


Рис. 2. Динамика Z-score компании SABIC в результате расчетов по модифицированной пятифакторной модели Альтмана

Характерно, что особенно низкий уровень финансовой устойчивости пришелся на 2019 год, хотя показатели резко улучшаются уже в 2021. Несмотря на положительные тенденции, в качестве одного из факторов, отрицательно влияющих на результат, стоит выделить низкую чистую прибыль и индикаторы прибыли вообще. По сравнению с аналогичными по выручке и обороту компаниями SABIC заметно уступает по рентабельности своего бизнеса.

Переходя к модели Р. Лиса, отметим также высокую частоту ее использования для прогнозирования банкротства компании с момента публикации в 1972 году.

Расчет Z осуществляется по формуле:

$$Z = 0,063x_1 + 0,092x_2 + 0,057x_3 + 0,0014x_4, (2)$$

где:

x_1 – отношение оборотного капитала к сумме активов;

x_2 – отношение прибыли от реализации к сумме активов;

x_3 – отношение нераспределенной прибыли к сумме активов;

x_4 – отношение собственного капитала к заемному.

Данная модель, в сущности, использует готовые показатели финансовой устойчивости фирмы (рентабельность, ликвидность, финансовая независимость) (табл. 2).

Таблица 2. Статьи бухгалтерского баланса SABIC за анализируемый период для расчетов по модели Лиса

<i>Исходные данные, тыс. риалов</i>	2017	2019	2021
Активы	322 455 422	310 365 751	318 438 777
Оборотный капитал	69 464 065	57 513 980	58 193 055
Прибыль (убыток) от продаж	28 998 387	14 833 007	33 242 175
Чистая прибыль (убыток)	25 484 745	8 462 836	30 501 771
Балансовая стоимость собственного капитала	210 138 492	211 251 322	211 833 298
Общая сумма обязательств	112 316 930	99 114 429	106 405 479
<i>Модель Лиса</i>			
X1	0,22	0,19	0,18
X2	0,09	0,05	0,10
X3	0,08	0,03	0,10
X4	1,87	2,13	1,99
Z-score	0,028	0,020	0,029

Z-результат по модели Лиса интерпретируется следующим образом:

$Z < 0,037$ – вероятность банкротства высокая;

$Z > 0,037$ – вероятность банкротства низкая.

Отообразим полученные результаты и пороговое значение 0,037 на рисунке 3.

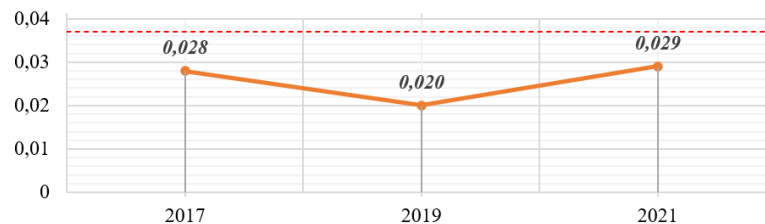


Рис. 3. Динамика Z-score компании SABIC в результате расчетов по модели Лиса

Фактически, график, представленный выше, наглядно демонстрирует результаты во многом идентичные итогам анализа по пятифакторной модели Альтмана: вероятность банкротства компании велика и возрастает с падением Z-score в 2019 году. Значения Z лишь немного сглаживаются, менее заметен разрыв между относительно «успешными» периодами и 2019 годом вследствие введения в модель показателя балансовой стоимости собственного капитала, которым SABIC обладает в значительном объеме.

Далее рассмотрим самую «молодую» модель из представленных – Таффлера-Тишоу, предложенную в 1977 году и включающую в себя корректировки результирующих весовых коэффициентов в соответствии с реалиями, более близкими к современным. Как и в модели Лиса,

Р. Таффлер и Г. Тишоу используют четыре основных соотношения и рассчитывают Z по следующей формуле:

$$Z = 0,53x_1 + 0,13x_2 + 0,18x_3 + 0,16x_4, \quad (3)$$

где:

x_1 – отношение прибыли от продаж до уплаты налога к сумме текущих обязательств;

x_2 – отношение суммы текущих активов к общей сумме обязательств;

x_3 – отношение суммы текущих обязательств к общей сумме активов;

x_4 – отношение выручки к общей сумме активов.

Как и ранее, представим данные в таблице 3.

Таблица 3. Статьи бухгалтерского баланса SABIC за анализируемый период для расчетов по модели Таффлера-Тишоу

<i>Исходные данные, тыс. риалов</i>	2017	2019	2021
Отношение прибыли до уплаты налога к сумме текущих обязательств	0,60	0,40	0,68
Отношение суммы текущих активов к общей сумме обязательств	1,05	0,96	1,01
Отношение суммы текущих обязательств к общей сумме активов	0,15	0,12	0,15
Отношение выручки к общей сумме активов	0,46	0,45	0,55
<i>Модель Таффлера-Тишоу</i>			
Z-score	0,56	0,43	0,60

Z-результат можно охарактеризовать исходя из пороговых значений:

$Z > 0,3$ – вероятность банкротства низкая;

$Z < 0,2$ – вероятность банкротства высокая.

Наглядно представим полученные итоговые показатели на графике (рис. 4).

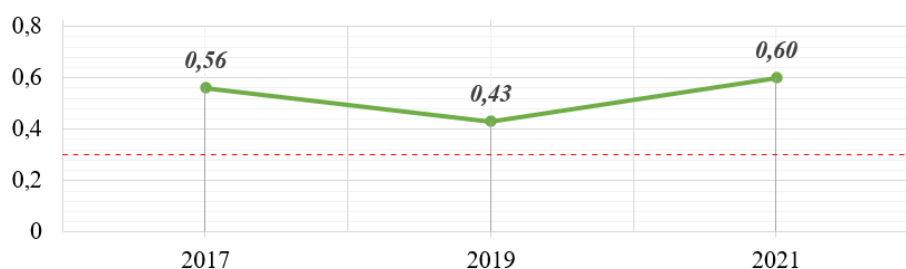


Рис. 4. Динамика Z-score компании SABIC в результате расчетов по модели Таффлера-Тишоу

Отметим, что, согласно модели Таффлера-Тишоу, компания SABIC обладает вполне устойчивым финансовым положением, т.к. ее Z-итог намного превосходит пороговый уровень в 0,3. Такой феномен можно обосновать характером модели – как было указано ранее, математически она более приближена к современным реалиям. Представляется, что еще один фактор, позволяющий считать SABIC финансово стабильной компанией по Таффлеру-Тишоу, – высокая роль соотношения прибыли к текущим обязательствам, т.е. показателя, по которому компания показывает значительный результат.

Итак, исходя из проведенного анализа, можно было бы констатировать, что финансовая устойчивость компании вполне обосновано оказывается под угрозой, особенно в случае воздействия непредсказуемых внешних шоков. Модель Альтмана, как и модель Лиса, показала наличие серьезного риска банкротства SABIC уже в обозримой перспективе, причем с заметным ухудшением положения компании в 2019 году.

Представляется, что это связано с обострением политической обстановки в Саудовской Аравии: в 2019 году хуситами было предпринято несколько попыток подорвать нефтегазовую инфраструктуру государства посредством атак беспилотников на нефтеперерабатывающие заводы (например, нападение на Абкайк и Хурайс 14 сентября 2019 года) на фоне возобновления военных действий в Йемене и обвинений во вмешательстве в адрес саудовцев. Несмотря на то, что SABIC на тот момент в действительности принадлежал государству, а не нефтяной компании Saudi Aramco, последствия разрушительных атак на объекты ведущей отрасли страны не могли не сказаться и на показателях рассматриваемой нефтехимической корпорации.

В целом, признаки, указывающие на финансовую неустойчивость, наблюдаются во многих крупных ближневосточных компаниях сходной структуры, не занятых в сфере нефтедобычи или переработки. Так, при анализе полученных результатов по моделям Альтмана и Лиса следует подчеркнуть, что наибольшее давление на

итоговый Z-показатель оказывает низкая рентабельность деловой активности компании – невысокая прибыль в сочетании с существенными объемами заимствований несомненно отрицательно влияет на финансовое положение фирмы. Тем не менее, принимая во внимание всеобъемлющую поддержку государства, опосредованно владеющего компанией через нефтяного гиганта Saudi Aramco, относительно небольшая финансовая отдача от деятельности – частое явление в бизнес-сфере. Особенно это свойственно рассматриваемому региону, где «хронический» политический риск и чрезмерная требовательность государства к показателям формируют комбинацию факторов, снижающих рентабельность.

Тем не менее, модель Таффлера-Тишо продемонстрировала: в случае, если в анализе придается большее значение невысокому уровню обязательств, компания вполне может считаться финансово устойчивой, невзирая на низкую прибыль. От-

сюда следует, что именно весовые коэффициенты при выбранных факторах играют огромную роль при прогнозировании банкротства предприятия, а их значения, в свою очередь, необходимо пересматривать в соответствии с текущими тенденциями в развитии бизнес-стратегий компаний.

Таким образом, SABIC, будучи безусловным лидером рынка нефтехимической продукции, может по праву считаться успешной компанией, вполне способной противостоять даже таким непредвиденным шокам, как пандемия COVID-19. Одновременно, финансовая устойчивость фирмы, согласно проведенному исследованию, может оказаться под угрозой вследствие низкой прибыльности бизнеса. Вместе с тем, широкая поддержка государства, невысокий объем заимствований, а также исключительно ведущая роль компании в обеспечении национальных планов по диверсификации экономики позволяют говорить о низкой вероятности банкротства SABIC в ближайшем будущем.

Библиографический список

1. Crude Petroleum (HS: 2709) Product Trade, Exporters and Importers // The Observatory of Economic Complexity. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://oec.world/en/profile/hs92/crude-petroleum#:~:text=In%202020%2C%20the%20top%20exporters,and%20Japan%20\(%2438.4B\)](https://oec.world/en/profile/hs92/crude-petroleum#:~:text=In%202020%2C%20the%20top%20exporters,and%20Japan%20(%2438.4B)) (дата обращения: 11.05.2023).
2. National Industrial Development and Logistics Program // Vision 2030. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vision2030.gov.sa/v2030/vrps/nidlp/> (дата обращения: 11.05.2023).
3. Top 100 Companies in the Middle East 2021 // Forbes Lists. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbesmiddleeast.com/lists/top-100-companies-in-the-middle-east-2021/> (дата обращения: 11.05.2023).
4. Al Mudhayan A. et al. SABIC-Petrochemical Manufacturing Company // Asia Pacific Journal of Management and Education (APJME). – 2019. – Т. 2. – № 3. – С. 67-69.
5. Royal Decree Number M/66 dated 13 Ramadan 1396H (corresponding to 6 September 1976) registered in Riyadh under commercial registration № 1010010813 dated 14 Muharram 1397H (corresponding to 4 January 1977).
6. Hertog S. Petromin: the slow death of statist oil development in Saudi Arabia // Business history. – 2008. – Т. 50. – № 5. – С. 645-667.
7. SABIC – About // SABIC. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sabic.com/en/about> (дата обращения: 11.05.2023).
8. Brand Spotlight: SABIC // Brand Finance. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://brandfinance.com/insights/brand-spotlight-sabic> (дата обращения: 11.05.2023).
9. The annual report on the most valuable and strongest global brands (January 2021) // Brand Finance. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://brandirectory.com/download-report/brand-finance-global-500-2021-preview.pdf> (дата обращения: 11.05.2023).
10. Corporate Credit Ratings // SABIC. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sabic.com/en/investors/corporate-credit-ratings> (дата обращения: 11.04.2022).

11. Stand-Alone Credit Profiles: One Component Of A Rating. // S&P Global. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.spratings.com/scenario-builder-portlet/pdfs/StandAloneCreditProfilesOneComponentofaRating.pdf> (дата обращения: 14.05.2023).

12. Consolidated financial statements for the years ended 31 December 2017, 2019, 2021 and independent auditors' report // Saudi Basic Industries Corporation (SABIC) and its subsidiaries. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sabic.com/en/newsandmedia/media-centre-publications> (дата обращения: 10.05.2023).

13. Рыбинец А. Г. Мировой опыт применения кризис-прогнозных моделей в диагностике финансово хозяйственной деятельности предприятий и практика в России // Вестник экономической интеграции. – 2012. – № 2. – С. 101-110.

APPLICATION OF CRISIS FORECAST MODELS IN DIAGNOSING THE FINANCIAL STABILITY OF SABIC

A.A. Zhilchenko, *Graduate Student*

Supervisor: *A.G. Rybinets, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

**Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs
(Russia, Moscow)**

Abstract. *The article is devoted to determining the probability of bankruptcy of an enterprise while studying the case of the Saudi petrochemical company SABIC based on several crisis forecast models. To analyze the stability of the company, calculations based on its accounting statements were carried out, as well as the analysis of positions of SABIC in the market as a whole, its affiliations and identification of possible reasons for the increased risk of the company's financial instability.*

Keywords: *SABIC, Saudi Basic Industries Corporation, crisis forecast modeling, bankruptcy, economic activity, petrochemical company, Saudi Arabia.*

ПРОБЛЕМЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ СМЕТНО-НОРМАТИВНОЙ БАЗЫ ПРИ ПЕРЕХОДЕ К РЕСУРСНО-ИНДЕКСНОМУ МЕТОДУ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СМЕТНОЙ СТОИМОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА

Е.В. Зверева, канд. экон. наук, доцент

Т.В. Наркевская, канд. экон. наук, доцент

Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I
(Россия, г. Санкт-Петербург)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-231-234

Аннотация. В данной статье представлен анализ ситуации и определены некоторые проблемы в системе ценообразования в строительстве в условиях реформирования сметно-нормативной базы. Существующая база ценообразования в строительстве не отвечает современным реалиям в сфере применяемой техники, строительных материалов, которые использовались достаточно давно и, соответственно, сегодня еще имеют место в сборниках сметных норм и цен. В связи с этим, наблюдается не только завышение стоимости строительства уже на стадии проектирования, но и недостоверности стоимости строительства, что требует существенных корректив в вопросах ценообразования и переходу к ресурсно-индексному методу определения сметной стоимости строительства.

Ключевые слова: сметная стоимость строительства, система ценообразования, сметно-нормативная база, федеральная государственная информационная система ценообразования в строительстве, достоверность стоимости строительства, классификатор строительных ресурсов, базисно-индексный метод, ресурсный метод, ресурсно-индексный метод.

Сметно-нормативная база в строительстве, уже не отвечает современным реалиям в сфере используемых технологий и техники, строительных материалов, которые использовались достаточно давно и, соответственно, сегодня еще имеют место в сборниках сметных норм и цен. Ценообразование в строительстве регламентируется системой норм, расценок, нормативных и методических документов. В связи с этим обстоятельством, наблюдается не только завышение стоимости строительства уже на стадии проектирования, но и недостоверности стоимости строительства.

В современных условиях использование нормативно-методической базы в определении достоверности сметной стоимости строительной продукции имеет определенные недостатки. С целью ликвидации недостатков Минстрой РФ совместно с Федеральным центром по ценообразованию в строительстве прошел определенный путь в реформировании сметно-нормативной базы, формирующий совре-

менную правовую, методическую и информационную основу для определения достоверной стоимости строительства, в частности, создание Федеральной государственной информационной системы ценообразования в строительстве (далее ФГИС ЦС), федеральный реестр сметных нормативов (далее ФРСН) и информацию о стоимости основных ресурсов, формирование ФСНБ – 2022, переход к ресурсно-индексному методу определения сметной стоимости строительства и др.

Используемый на данный момент базисно-индексный метод представляет собой расчет стоимости в базисном уровне цен с последующим переводом в текущий уровень стоимости с помощью системы текущих индексов. Подход в использовании индексов цен к элементам прямых затрат в определении сметной стоимости является несколько приближенным, ибо они носят общий характер, имеют погрешности и не учитывают в полном объеме особенности конструктивных и объемно-

планировочных решений [2, с. 95]. Ресурсный метод, основанный на определении сметной стоимости в текущем уровне цен, строится на первоначальном учете нормативной потребности в материальных ресурсах, выраженных в натуральных единицах измерения (элементах прямых затрат) с последующим переходом в стоимостные показатели стоимости на используемые ресурсы в текущем уровне цен. Ресурсный метод является инструментом, обеспечивающим достоверность стоимости строительства. К преимуществам ресурсного метода следует отнести возможность применения различных вариантов в выборе ресурсных показателей, в т.ч. с учетом региональной и отраслевой специфики объектов строительства.

При разработке новой сметно-нормативной базы имеют место некоторые недостатки: наличие расценок по устаревшим технологиям; редко используемые материалы продолжают иметь место в сборниках сметных цен; несоответствие сметной и рыночной стоимости ресурсов влечет занижение укрупненных ценовых показателей, что обуславливает некорректность стоимости строительства на предпроектной стадии. Эксперты выражают мнение, что стоимость проектов не удорожает в результате изменения сметно-нормативной базы, так как новые нормы, используемые при формировании стоимости объекта строительства должны быть заранее обоснованы отраслевыми особенностями и проектной документацией [1, с. 139].

Сформированная Федеральная сметно-нормативная база (ФСНБ – 2022) не получила утверждения, поскольку на сегодняшний день, на ресурсно-индексный метод определения сметной стоимости строительства официально перешли Ивановская, Курская, Нижегородская, Новосибирская, Оренбургская, Ростовская области и Приморский край. Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ обязало остальные субъекты РФ активизировать работу по наполнению ФГИС ЦС, чтобы перейти на ресурсно-индексный метод определения сметной стоимости строительства к концу III квар-

тала 2023 года. На основании вышеизложенного, следует отметить, что необходимая база данных о рыночных ценах строительных ресурсов и материалов, в полной мере не создана.

Приказом Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ №904/пр от 26.10.2022 года утверждена Методика определения сметных цен строительных ресурсов, которая устанавливает способы определения сметных цен строительных ресурсов, размещаемых в ФГИС ЦС. Сметные цены строительных ресурсов, к которым относятся сметные цены материалов, изделий, конструкций (далее материальные ресурсы), сметные цены оборудования, сметные цены на затраты труда работников в строительстве, сетные цены на эксплуатацию машин и механизмов применяются в соответствии со сметными нормативами, сведения о которых включены в ФРСН, создаваемый в соответствии с Порядком формирования и ведения федерального реестра сметных нормативов, утвержденным приказом Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ №1470/пр от 24.10.2017 г. [3, с. 123].

В соответствии с принятой Методикой определения сметных цен строительных ресурсов, сметные цены на затраты труда и сметные цены на эксплуатацию машин и механизмов определяются в соответствии со сметными нормативами, сведения о которых включены в ФРСН. Сметные цены материальных ресурсов и оборудования определяются по номенклатуре Классификатора строительных ресурсов на основании информации об отпускных ценах материальных ресурсов и оборудования, затрат на их перевозку в пределах соответствующей ценовой зоны и с учетом заготовительно-складских расходов. Разработанный классификатор является общедоступным и не содержит сведения, составляющие государственную тайну; ресурсы распределяются по книгам, частям, разделам и группам; каждому ресурсу присваивается код, полное наименование и единица измерения. Например, к заявке на включение материального ресурса в Классификатор прилагается пояснительная за-

писка с обоснованием применения данного ресурса и информация, характеризующая строительный ресурс (код и наименование ОКПД 2, наименование ресурса, включая функциональные, технические, качественные и эксплуатационные характеристики, сведения о юридическом лице или индивидуальном предпринимателе, осуществляющих производство, поставку в РФ либо торговле материальным ресурсом). Заявки с необходимыми материалами могут представляться в бумажном или электронном виде. Сметная цена материальных ресурсов и оборудования учитывает агрегированные отпускные цены материальных ресурсов и оборудования или сводные (средневзвешенные по объемам) отпускные цены производителей материальных ресурсов, затраты на перевозку до приобъектного склада, заготовительно-складские рас-

ходы. Размер заготовительно-складских расходов дифференцируется по видам материальных ресурсов и оборудования и принимается в соответствии со сметными нормативами, приведенными в ФРСН [3, с. 126].

Таким образом, создание в настоящее время современной, обширной и общедоступной сметно-нормативной базы, технологии системы ценообразования и сметного нормирования, переход к ресурсно-индексному методу определения сметной стоимости строительства позволят обеспечить формирование достоверной стоимости строительства, поскольку данная стоимость отражает прозрачность и эффективность взаимоотношений между участниками инвестиционно-строительной деятельности.

Библиографический список

1. Зверева Е.В., Наркевская Т.В. К вопросу возникновения риска при определении достоверности стоимости строительства в условиях реформирования системы ценообразования и сметного нормирования: Труды V научно-практической конференции с зарубежным участием «Управление рисками в экономике: проблемы и решения» РИСК*Э-2019. 7-8 ноября 2019 года / под ред. С.Г. Опарина. – СПб: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2020. – С. 135-142.
2. Зверева Е.В., Наркевская Т.В. Анализ проблем определения достоверности стоимости строительства в контексте совершенствования системы ценообразования и сметного нормирования // Инновационные подходы развития экономики и управления в XXI веке: сборник трудов II Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 11 ноября 2021 года / Под ред. Л.А. Кравченко, Т.Ю. Ксенофоновой. – Санкт-Петербург: ФГБОУ ВО ПГУПС, 2021. – С. 93-98.
3. Ценообразование и нормативы в строительстве // Ценообразование и сметное нормирование в строительстве: Ежемесячный бюллетень Регионального центра по ценообразованию в строительстве / ООО «Терция». – 2023. – №1 – С. 123-128.

**PROBLEMS OF REFORMING THE ESTIMATED AND NORMING BASE IN THE
TRANSITION TO A RESOURCE-INDEX METHOD FOR DETERMINING
THE ESTIMATED COST OF CONSTRUCTION**

E.V. Zvereva, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

T.V. Narkevskaya, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

**Emperor Alexander I St. Petersburg State Transport University
(Russia, St. Petersburg)**

***Abstract.** This article presents an analysis of the situation and some problems are defined in the pricing system in construction in the context of reforming the estimated and non-controlling base. The existing bases of pricing in construction does not meet modern realities in the field of applied equipment, building materials that have been used for a long time and, accordingly, today there are still estimates of estimated norms and prices. In this regard, there is not only the overestimation of the cost of construction already at the design stage, but also the inaccuracy of construction costs, which requires significant adjustments in the issues of pricing and the transition to the resource-index method of determining the estimated cost of construction.*

***Keywords:** estimated cost of construction, pricing system, estimated and northern base, federal state information system of pricing in construction, reliability of the cost of construction, classifier of construction resources, basic-index method, resource method, resource-index method.*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФЛЮЕНС-МАРКЕТИНГА В ТУРИЗМЕ

Я. Зибя, студент

**Волгоградский государственный университет
(Россия, г. Волгоград)**

DOI: 10.24412/2411-0450-2023-5-1-235-238

***Аннотация.** Данная статья посвящена изучению использованию инфлюенс-маркетинга в сфере туризма. В статье рассматривается понятие «инфлюенс-маркетинг», а также основные вопросы, связанные с продвижением туристских дестинаций инфлюенсерами. В ходе исследования были изучены тенденции, которые связаны с тревел-инфлюенсерами. Была представлена модель процесса сотрудничества фирмы с инфлюенсером, включая этапы данного процесса. Кроме того были выявлены проблемы, которые связаны с инфлюенс-маркетингом.*

***Ключевые слова:** туризм, турист, маркетинг, инфлюенс-маркетинг, инфлюенсер, социальные сети, туристская дестинация.*

Инфлюенс-маркетинг в индустрии туризма является частью более широкой области инфлюенс-маркетинга, которое направлено на продвижение и влияние на сферу туризма. Раньше инфлюенсерам было свойственно сосредотачиваться в основном на продвижении продуктов, но с развитием этой тенденции их сфера деятельности стала расширяться и в других областях. Туризм стал особенно популярной темой в социальных сетях благодаря возросшей доступности путешествий для широкой публики. Тенденция заключается в том, чтобы делиться впечатлениями и воспоминаниями о путешествиях в социальных сетях. Таким образом, инфлюенсеры становятся источником вдохновения и гидами для других путешественников, которые ищут советы и рекомендации для путешествий.

Инфлюенсер, который занимается туризмом, называется тревел-инфлюенсером. Именно они могут использовать посты, фотографии, видео, комментарии и другие общие материалы для формирования восприятия своих подписчиков в социальных сетях [1].

В частности, Instagram, который заблокирован в Российской Федерации, стал за рубежом популярной платформой для обмена опытом путешествий, поэтому тревел-инфлюенсеры находят здесь наибольшее применение. Влиятельные туристы часто работают с организациями по ме-

неджменту дестинаций, что позволяет им создавать бренд и повышать узнаваемость дестинации. По мнению авторов Фемения-Серра и Гретзель, молодые люди проявляют интерес к участию в деятельности тревел-инфлюенсеров, принимают их советы и предложения по новым местам, а позже решают посетить эти места [2]. Если инфлюенсер продвигает качественный и заслуживающий доверия контент, связанный с продвижением отелей, дестинаций, ресторанов и других услуг, он может создать прочную эмоциональную связь со своей аудиторией и привлечь большое количество потенциальных клиентов. Активные пользователи социальных сетей, такие как инфлюенсеры, и контент, который они создают, могут изменить отношение туристов и вдохновить их на планирование собственных поездок.

В сфере туризма есть несколько тенденций, которые тесно связаны с тревел-инфлюенсерами. У них возможность воздействовать на эти тенденции и, таким образом, влиять на своих последователей. Компания Open Influence выделяет некоторые из этих тенденций – например, устойчивость, которая набирает все большую популярность в путешествиях. Инфлюенсеры могут распространять информацию об устойчивости и способствовать уменьшению заторов на туристских объектах с помощью кампаний, направленных на сокращение углеродного следа. Ещё

один тренд – цифровое кочевничество, развившиеся во время пандемии COVID-19. Многие люди были вынуждены работать из дома, и даже после возвращения к нормальной жизни такой способ работы сохраняется. Тревел-инфлюенсеры продвигают эту возможность, когда путешественники совмещают свои рабочие обязанности с путешествиями по миру. Экономика совместного использования – ещё одна тенденция, которая включает в себя разделение стоимости транспорта (например, BlaBlaCar) и проживания (например, Airbnb). Социальные сети делают роскошные путешествия доступными для более широкой аудитории. Инфлюенсеры в первую очередь обращаются к молодому поколению Y (миллениалам), обладающему более высоким располагаемым доходом и находящемуся под влиянием социальных сетей. Кочевая жизнь в фургоне, где люди решают отказаться от обязательств и свободно путешествовать по миру, также является одной из тенденций. Пандемия также усилила желание быть более дистанцированными от других и путешествовать в пределах досягаемости от дома, повышая интерес к внутреннему туризму. Последней тенденцией является жизнь на природе, когда все больше людей отправляются в горные походы, открывают для себя малоизвестные места и ищут адреналиновые ощущения даже с меньшим комфортом. Все эти тренды в основном ориентированы на молодое поколение Y, на которое сильно влияют и вдохновляют социальные сети. Таким образом, влияние тревел-блогеров на продвижение этих «тревел-трендов» значительно [3].

Инфлюенс-маркетинг – это современная эффективная тактика, которая продвигает многие маркетинговые цели фирмы. Но им нужно стратегически управлять и планировать. Исследователи Хсин-Чен Лин и его коллеги предлагают модель процесса сотрудничества фирмы с инфлюенсером, состоящую из следующих пяти этапов: планирование, распознавание, включение, мотивация и координация [4].

По мнению авторов, при планировании любой маркетинговой кампании важно ставить цели, которых бренд хочет до-

стичь. Эти цели, скорее всего, будут соответствовать общей маркетинговой стратегии бренда и повлияют на выбор подходящего лидера мнений, требования к нему и продолжительность сотрудничества. Второй шаг – выбрать инфлюенсера, который подходит бренду и аудитория которого соответствует выбранному сегменту компании. Также важно учитывать, какие средства компания готова вложить в кампанию. Крупные компании с большим капиталом могут позволить себе работать с мега-инфлюенсерами, в то время как малые предприятия чаще предпочитают инвестировать в микро-инфлюенсеров. Компания также должна определить, на какие рынки хочет нацелить свою рекламу. Каждый рынок имеет определенные характеристики, такие как подходящая платформа для таргетинга. На выбор подходящего инфлюенсера влияют и другие требования, такие как количество подписчиков, вовлеченность его аудитории, стиль общения, тип постов, авторитет и популярность инфлюенсера. Компании должны иметь четкое представление о рынке, на который они хотят ориентироваться, и о популярных на этом рынке платформах. Исходя из этого, они могут затем выбрать подходящего инфлюенсера. Компании также могут запрашивать различные формы кампаний, а не только через социальные сети, что является распространенным явлением. Например, в компании могут проходить мастер-классы или встречи с инфлюенсером. Есть несколько причин, по которым инфлюенсеры делятся своей личной жизнью. Часто речь идет о радости внимания со стороны своих подписчиков и популярности инфлюенсера, о большом интересе к продвигаемым продуктам, услугам или теме или просто о финансовом вознаграждении и других выгодах от сотрудничества. Эти причины могут меняться со временем, как меняются интересы и ценности самих инфлюенсеров. Это также относится к уровню оценки. Инфлюенсеры должны быть мотивированы для отличной работы. Последний этап ориентирован на переговоры, мониторинг и поддержку инфлюенсеров в период сотрудничества. Деятельность инфлюенсеров должна соответство-

вать целям, поставленным в начале кампании. Эти действия должны контролироваться компанией, чтобы гарантировать, что они никоим образом не отклоняются от желаемых результатов и целей. В этом разделе также есть обратная связь с инфлюенсерами, что нужно улучшить, сделать иначе или изменить исходные условия сотрудничества или его прекращение [4].

Однако с ростом популярности инфлюенсеров также происходит искажение реальности. Инфлюенсеры часто представляют идеальные места, которые их подписчики хотят посетить и получить такой же опыт, как и они. Однако эти фото и видео, которые они продвигают, часто создают обманчивое впечатление. Инфлюенсеры используют разные программы для редактирования своего контента, чтобы получить наилучшие результаты. Они встают рано утром, чтобы успеть посетить достопримечательность без толпы туристов. Их аудитория также хочет испытать те же впечатления, и когда они прибывают в определённое место, туристы могут быть разочарованы [5]. Много раз в социальных сетях можно было увидеть красивое место, которые туристы хотели бы посетить. Реальность знаменитого места зачастую совершенно иная. На фото выстраиваются очереди, за которые местное сообщество часто даже берёт плату. В настоящее вре-

мя инфлюенсеры часто обращают на это внимание и пытаются идти против этой тенденции. Они напрямую изображают реальность места и показывают своей аудитории, как оно там выглядит на самом деле. Поэтому необходимо различать настоящих и вводящих в заблуждение влиятельных лиц и особенно правдивость их постов.

Заключение. Использование инфлюенс-маркетинга в туризме имеет значительный потенциал для продвижения и привлечения целевой аудитории. Инфлюенсеры, специализирующиеся на путешествиях, могут создавать привлекательное и вдохновляющее контент, который влияет на планы и решения потенциальных путешественников. Они могут быть эффективными партнерами для туристических организаций и компаний, помогая им устанавливать и укреплять свои бренды, привлекать новых клиентов и стимулировать спрос на конкретные туристические направления, услуги или продукты. Важно учитывать, что выбор правильных инфлюенсеров, соответствующих целям и целевой аудитории бренда, является ключевым фактором успешной кампании инфлюенс-маркетинга в туризме. Специфика каждого рынка и платформы, на которых находится целевая аудитория, также играют важную роль при определении стратегии и выборе инфлюенсеров.

Библиографический список

1. Freberg K., Graham K., McGaughey K., Freberg L. A. Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality // *Fuel and Energy Abstracts*. – 2011. – №37 (1). – Pp. 90-92.
2. Femenia-Serra F., Gretzel U. Influencer Marketing for Tourism Destinations: Lessons from a Mature Destination. In: *Information and Communication Technologies in Tourism 2020*. – Cham: Springer International Publishing, 2020. – Pp. 65-78.
3. Travel influencer marketing // *Open Influence*. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://openinfluence.com/travel-influencer-marketing/> (дата обращения: 24.05.2023).
4. Lin H-C., Bruning P. F., Swarna H. Using online opinion leaders to promote the hedonic and utilitarian value of products and services // *Business Horizons*, Elsevier. – 2018. – Vol. 61 (3). – Pp. 431-442.
5. Have Instagram Influencers Ruined Travel For An Entire Generation? // *Forbes*. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.forbes.com/sites/jamesasquith/2019/09/01/have-instagram-influencers-ruined-travel-for-an-entire-generation/?sh=2b0abbea1e30> (дата обращения: 25.05.2023).

THE USE OF INFLUENCE MARKETING IN TOURISM

J. Zieba, *Student*
Volgograd State University
(Russia, Volgograd)

Abstract. *This article is devoted to studying the utilization of influencer marketing in the tourism industry. The concept of "influencer marketing" is examined, along with key issues related to influencers promoting tourist destinations. The research explores trends associated with travel influencers. A model of the collaboration process between companies and influencers, including its stages, is presented. Additionally, problems related to influencer marketing in this field are identified.*

Keywords: *tourism, tourist, marketing, influence marketing, influencer, social media, tourist destination.*

СПЕЦИФИКА ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Я. Зибя, студент
Волгоградский государственный университет
(Россия, г. Волгоград)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-239-241

***Аннотация.** Данная статья посвящена изучению специфик ведения бизнеса в сфере туризма. В статье даётся определение таким понятиям, как «маркетинг» и «маркетинг-микс». Рассматриваются основные аспекты, включая сезонность и её влияние на цены, спрос и туристскую дестинацию, роль конкуренции и цен в туристском рынке. Также выявлены особенности туристских услуг и приводятся их характеристики.*

***Ключевые слова:** туризм, турист, маркетинг, маркетинг-микс, туристский продукт, туристский рынок, туристская дестинация.*

Бизнес в сфере туризма характеризуется несколькими ключевыми аспектами, среди которых особое внимание уделяется сезонности. Сезонность в этом контексте подразделяется на летний, зимний и межсезонный периоды. Это специфическое разделение влияет на цены продуктов, которые обычно достигают максимальных значений во время основного туристского сезона. Чешский исследователь Яромир Беранек в своей работе подчеркивает, что рынок туризма можно рассматривать как экономическую систему, в которой взаимодействуют четыре основных элемента: туристское предложение, спрос, цены и конкуренция [1]. Влияние сезонности на спрос в туризме также отмечается в исследовании учёного Ванхов, который указывает климатические условия как главную причину сезонности. Существуют недели и месяцы с высоким спросом и периоды, когда спрос, наоборот, низок. Продолжительность основного сезона различается в разных регионах, при этом некоторые дестинации привлекательны круглый год [2].

Оба автора сходятся во мнении, что туристский рынок характеризуется высокой ценовой эластичностью, поскольку является предметом роскоши, не являющимся необходимым в повседневной жизни. Предметы роскоши обычно демонстрируют высокую ценовую эластичность. Конкуренция является еще одним важным фактором на туристском рынке. Предприниматели здесь вовлечены в экономическую конкуренцию, и ценообразование ча-

сто тем или иным образом влияет на них, поскольку предприниматели пытаются достичь наилучшего возможного положения на рынке. Более высокие цены часто означают, что потенциальные клиенты ожидают более высокого качества. С увеличением числа субъектов, работающих на стороне предложения, происходит насыщение рынка. Для поддержания конкурентоспособности необходимо предлагать новые, более качественные и инновационные продукты.

Таким образом, сезонность оказывает негативное экономическое и экологическое воздействие на туристские дестинации. Ванхов приводит в пример сезонную безработицу, заполняемость средств размещения, что также связано с последующим ростом цен. Концентрация спроса в более коротком промежутке времени, когда может быть превышена пропускная способность дестинации, а также может произойти возможный ущерб памятникам природы и культуры [2]. Учёный Дагмар Якубикова добавляет, что высокое потребление энергии является еще одним негативным фактором. С экономической точки зрения строительство невыгодно для объектов чисто сезонного характера, имеющих достаточно высокую финансовую потребность в строительстве. По этой причине стремление использовать объект также в межсезонье растёт [3].

В сфере туризма с упором на маркетинг можно в первую очередь включать сложные наборы услуг и впечатлений, в кото-

рых участвуют несколько субъектов. В настоящее время существует широкий спектр турпродуктов. Каждый продукт всегда предназначен для определенной целевой аудитории. Основным элементом турпродукта является прежде всего оказание услуг, которые удовлетворяют потребности клиента. Услуги характеризуются своей нематериальностью и высокой долей человеческого труда. В основном услуги предоставляются человеческим фактором, а значит, они уникальны и не могут быть повторены. Туристский продукт включает в себя весь опыт и услуги, которые предлагаются участникам туризма. Это может быть размещение, питание, транспорт, развлечения, культурные мероприятия или предложения комплексных услуг. Турпродукт может отличаться в зависимости от местоположения и предложения.

Что касается туристских услуг, то они имеют ряд особенностей. Ванхов перечисляет 3 наиболее важные характеристики услуг. Первая характеристика заключается в том, что все услуги в этой сфере неосязаемы. Если посмотреть на это с точки зрения международной торговли и платежного баланса, то становится ясно, что выездной и въездной туризм представляет собой так называемый невидимый импорт и экспорт. Ещё одной важной характеристикой услуг является неделимость. Она производится и потребляется одновременно, что приводит к ещё одной характеристике – услугу невозможно хранить, например, на складе [2]. Исследователи Пейдж и Коннелл добавляют ещё две важные характеристики, а именно неоднородность, то есть разнообразие услуг. Между поставщиком и потребителем существует очень тесный контакт. Они также упоминают следующий аспект – это невозможность собственности. Клиент должен потреблять услугу на месте и не может забрать её домой, он может получить опыт и воспоминания [4].

Пейдж и Коннелл перечисляют неэластичность предложения и эластичность спроса среди других характеристик, подчеркивая необходимость маркетинга. Турпродукты неэластичны, потому что они не

способны так легко адаптироваться. Если произойдет внезапное падение спроса, вряд ли это окажет существенное влияние на цену. Таким образом, эти продукты зависят от существующей структуры. В то время как быстрая адаптация туристского продукта более сложна, спрос очень эластичен, и на него можно очень быстро повлиять. Пейдж и Коннелл приводят изменения обменного курса, террористические атаки или рост цен на топливо в качестве примеров, которые могут повлиять на спрос. Кроме того, некоторые направления могут быстро стать менее привлекательными. Ещё одна особенность – комplementарность. Если турист покупает тур, то в большинстве случаев это не одна услуга, а несколько частичных продуктов, дополняющих друг друга. Если какая-либо часть подпродуктов выходит из строя, это может негативно сказаться на общем впечатлении. Трудоемкость характерна и для туристских продуктов. Навыки персонала, с которым взаимодействуют клиенты, влияют на их впечатления [4].

Согласно Котлеру, маркетинг – это «социальный и управленческий процесс, посредством которого отдельные лица и группы удовлетворяют свои потребности и желания в процессе производства и обмена продуктами или другими ценностями» [5].

Основная задача – с помощью комплекса маркетинга выяснить потребности и пожелания постоянных и потенциальных клиентов. На основании этого удовлетворять потребности туристов. Целью маркетинга может быть, например, увеличение продаж, расширение бренда, сохранение постоянных клиентов или приобретение новых. Также необходимо упомянуть, что всё это делается для получения прибыли. Цели также всегда должны соответствовать критериям SMART. Маркетинговые цели должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми, актуальными и ограниченными во времени.

Пейдж и Коннелл пишут в своей публикации, что маркетинг является ключевым компонентом индустрии туризма. Растёт интерес к концепции ценности для туристов именно из-за её способности обеспечивать конкурентное преимущество. При-

знан динамический характер этого субъективного понятия, которое туристы воспринимают несколькими способами [4]:

- перед покупкой;
- на момент покупки;
- в момент использования;
- после использования.

Маркетинг-микс был популяризован Котлером. Он утверждает, что «Маркетинг-микс – это совокупность маркетинговых инструментов, которые фирма использует для достижения своих маркетинговых целей на целевом рынке». Комплекс маркетинга состоит из нескольких элементов, которые взаимосвязаны между собой, а его базовая форма состоит из четырех элементов, так называемых 4P: Price, Place, Product, Promotion [5].

Туристы оценивают и ценят разные элементы. В некоторых случаях цена может быть доминирующим вопросом в момент покупки, в то время как другие элементы, помимо цены, могут быть более важными в момент потребления.

Ценность, воспринимаемая покупателями, является ключевым элементом концепции маркетинга и заботы о потребителе. Для маркетологов важно понимать, как клиенты могут реагировать на ряд переменных при принятии решения о покупке продукта. Поэтому им необходимо иметь полное представление о туристских продуктах, которые они предлагают. Маркетинговый комплекс – это термин для переменных, которые помогают определить, в какой степени организация удовлетворяет потребности рынка.

Библиографический список

1. Beránek J. *Ekonomika cestovního ruchu*. – Praha: mag CONSULTING, 2013. – 293 s.
2. Vanhove N. *The economics of tourism destinations*. – London: Routledge, 2011. – 327 p.
3. Jakubíková D. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci* / D. Jakubíková. – Praha: Grada Publishing, 2012. – 313 s.
4. Page S., Connell S. *Tourism: a modern synthesis* / S. Page, S. Connell. – Andover: South-Western Cengage Learning, 2009. – 663 p.
5. Kotler P. *Marketing od A do Z: Osmdesát pojmů, které by měl znát každý manažer*. – Praha: Management Press, 2003. – 208 s.

SPECIFICS IN TOURISM BUSINESS

J. Zieba, Student
Volgograd State University
(Russia, Volgograd)

***Abstract.** This article is devoted to the study of the specifics in tourism business. The article defines such concepts as "marketing" and "marketing mix". The main aspects are considered, including seasonality and its impact on prices, demand and tourist destination, the role of competition and prices in the tourist market. The features of tourist services are also identified and their characteristics are given.*

***Keywords:** tourism, tourist, marketing, marketing mix, tourist product, tourist market, tourist destination.*

ОБОСНОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ МИССИИ И СТРАТЕГИЧЕСКИХ УСТАНОВОК КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «DNS РИТЕЙЛ»

Д.А. Игнатовский, студент

Владивостокский государственный университет
(Россия, г. Владивосток)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-242-245

Аннотация. Миссия компании – это важный инструмент управления, помогающий определить стратегию и направление развития организации. Она определяет основную цель и задачи, которые компания ставит перед собой. Кроме того, миссия помогает ориентировать сотрудников на общие ценности и цели, повышать их мотивацию и вовлеченность в работу, а также построить доверительные отношения с клиентами и другими заинтересованными сторонами. В статье рассмотрена взаимосвязь миссии компании с ее стратегическими установками. В качестве примера для исследования взаимосвязи миссии и стратегии приведена российская компания ООО «DNS Ритейл», занимающаяся продажей электроники.

Ключевые слова: миссия компании, стратегия развития, стратегические установки, жизненный цикл, розничная торговля.

В научной литературе существует большое количество подходов к трактовке термина стратегия. Согласно определению американского экономиста Артура Томпсона – «Стратегия – набор действий и подходов по достижению заданных показателей деятельности». Данное определение максимально обобщенно раскрывает понятие стратегии.

Существуют и другие определения стратегии. Альфред Чандлер определяет стратегию как метод установления долгосрочных целей организации, программы ее действий и приоритетных направлений по размещению ресурсов. Согласно определению Виханского О.С. стратегия – это план управления предприятием, который направлен на укрепление его позиций, удовлетворение потребностей потребителей и достижение предвиденных целей. По мнению Горелова Д.О. стратегия – это определение перспективных ориентиров деятельности предприятия на основе оценивания его потенциальных возможностей и прогнозирования развития внешней среды [1].

Рассмотрев данные определения понятия стратегии, можно сделать вывод о том,

что между ними прослеживается сходство в их основных положениях:

1. Первостепенная постановка целей («установление целей организации»);
2. Формулирование плана действий («набор действий и подходов»; «программа действий»; «план управления предприятием»);
3. Направленность на достижение конкретных поставленных целей («достижение заданных показателей»; «достижение предвиденных целей»);
4. Корректировка плана действий согласно изменениям во внешней среде («на основе прогнозирования развития внешней среды») [2].

Исходя из всего вышесказанного, соединив основные положения из представленных ранее определений, можно сформулировать следующее определение стратегии развития:

Стратегия развития – это долгосрочный план действий, который на основе анализа внутренней и внешней среды устанавливает приоритеты и ресурсы, необходимые для достижения предприятием поставленных целей.

Теперь рассмотрим понятие миссии компании. Согласно определению Томп-

сона А.А. и Стрикленда А.Дж. – миссия компании – это ответ на вопросы «Какие товары производит фирма, кто ее клиенты, каковы технологические и деловые возможности?». Ф. Котлер называет миссию компании «невидимой рукой», которая направляет и организует коллективную работу служащих ее отделений в разных географических регионах». Виханский О.С. раскрывает определение миссии в широком и узком понимании. В широком понимании «миссия – это философия и предназначение компании, утверждение о смысле ее существования, которое может включать в себя описание вневременной цели компании, ценности, верования и принципы», а в узком – «сформулированное утверждение относительно того, для чего или по какой причине существует организация, ее общественно-социальная значимость. Т.е. миссия понимается как утверждение, в котором проявляется отличие данной организации от другой» [3].

На основании данных ранее определенных предложено авторское определение миссии компании. Миссия компании – это утверждение, которое определяет основную цель и направление деятельности компании, объясняет, почему компания существует, каких ценностей она придерживается, какой продукт или услугу она предоставляет и какие ожидания она имеет от своих клиентов и сотрудников. В целом, миссия компании помогает определиться с тем, как она будет работать и расширяться в будущем.

Исходя из того, что в основе стратегии лежит понятие «план», а в основе миссии лежит «цель», можно судить о взаимосвязи этих двух понятий. Миссия предприятия и его стратегия развития тесно связаны между собой. Миссия определяет цели и задачи, которые предприятие ставит перед собой, а стратегия развития – как эти цели будут достигаться. Поэтому миссия является отправной точкой для разработки стратегии развития предприятия [4].

Поскольку в миссии заложены основные цели компании, разработка стратегии без миссии невозможна, так как на данном этапе отсутствует ответ на главный вопрос – зачем компания или продукт существует, с какой целью осуществляет свою деятельность. Разработка стратегии развития, не имея четких целей и задач, определенных в миссии компании, может привести к неправильному расходованию ресурсов и денег, а также к потере конкурентных преимуществ на рынке [5].

В некоторых случаях бывает, что компании придерживаются устаревших миссий, в то время как их стратегия уже нацелена на новые направления развития, что может привести к диссонансу между миссией и стратегией.

Поэтому миссия не может оставаться неизменной на протяжении всей деятельности предприятия. Компании меняют свою миссию, когда они наблюдают изменения в целях и задачах своих клиентов или рынков. Это также может привести к изменению стратегии развития, чтобы выровняться с новыми целями и задачами компании.

Как меняется стратегия компании в связи с изменением миссии? Рассмотрим взаимосвязь миссии и стратегии на примере компании DNS. Компания DNS является одной из крупнейших компаний по продаже электроники, компьютеров и их комплектующих на российском рынке. Компания была основана во Владивостоке в 1998 году и прошла огромный путь от локальной сборки и продажи компьютеров до всероссийской розничной сети электроники, застройщика и девелопера. На разных этапах развития и функционирования компании провозглашались разные миссии, в зависимости от которых формировались разные стратегические установки, соответствующие этапу жизненного цикла компании. Рассмотрим таблицу, где показано соответствие миссии и стратегии компании DNS на разных этапах развития.

Таблица. динамика изменений миссии и стратегических установок компании DNS

Миссия	Стратегия
«Наша цель изменить жизнь людей, сделав простым доступ к огромному количеству качественных и недорогих товаров, предоставляя лучший сервис.»	Ориентация компании на одну сферу деятельности – сборка и продажа компьютеров в розничных магазинах. Стратегия концентрической диверсификации: выражается в запуске производства компьютеров под собственным брендом.
«Мы стремимся быть лучшим проводником товара от производителя до покупателя. Мы предоставляем бизнесу возможность воспользоваться преимуществами цифровых технологий и более эффективно достигать поставленной цели.»	Компания интегрирует технологии в собственную деятельность (появление формата магазинов Технопоинт – «магазинов без продавцов»). Стратегия конгломератной диверсификации: компания развивается в направлениях, выходящих за рамки текущей основной деятельности (создание придорожных продуктовых магазинов «Квартет Вкусов», девелопмент, строительство завода ЖБИ).

Основываясь на данных таблицы можно сделать вывод о взаимосвязанности миссии и стратегии компании. Первая миссия компании DNS соответствует периоду, когда компания занималась лишь продажей компьютерной техники и ее комплектующими. Будучи занятой только розничной торговлей, в своей миссии компания ставит на первый план образ «простого человека». В миссии не упоминается сама роль компании, ее самоидентификация [6]. Также в миссии присутствует акцент на «простоту, качество, недорогой товар, лучший сервис». Все это отсылает к текущей стратегии предприятия.

Измененная миссия компании соответствует периоду, когда компания прибегла к стратегии диверсификации сфер собственной деятельности. В рамках основной сферы торговли компьютерной техникой появились улучшенные с применением информационных технологий виды магазинов. Добавились новые сферы девелопмента, строительства. Компания также открывает свою собственную сеть небольших продуктовых магазинов. Можно заметить, как акцент в миссии компании сместился: если в изначальном варианте компания в первую очередь затрагивала тему потребителей, в измененной миссии компания выносит свою роль на первый план. Компания идентифицирует себя как «проводника товара от производителя до

покупателя» и выражает свое стремление быть лучшей в своей сфере. Также заметно смещение направленности компании на удовлетворение потребностей «бизнеса» – это напрямую связано с новой стратегией диверсификации, согласно которой компания развивается в не связанных между собой сферах. Теперь образ потребителя для компании это не только «простые люди», но и предприниматели, пользующиеся продукцией и услугами компании в новых сферах ее деятельности. Новая миссия также отражает использование компанией в своей работе «преимущества цифровых технологий», что выражается в изменениях с применением информационных технологий, которые она внедряет в свою деятельность [7]. На данном этапе миссия компании полностью соответствует определению Томпсона А.А. и Стрикленда А. Дж: она отвечает на вопросы – чем является компания, кто ее клиенты и какие у нее есть возможности.

Таким образом, миссия предприятия и его стратегия развития неразрывно связаны друг с другом. Миссия описывает, какие цели и задачи ставит предприятие перед собой, а стратегия развития показывает, каким путем будут достигаться эти цели. Компании должны быть осторожными и убедиться, что их стратегия развития подчиняется и соответствует их миссии.

Библиографический список

1. Антипатров, Ю.А. Обзор научных взглядов на разработку стратегии развития фирмы в рамках исследования экономической категории / Ю.А. Антипатров // Вопросы науки и образования. – 2018. – №19 (31). – С. 26-29.

2. Нигай, Е.А. Многомерная модель продуктивности организации в условиях трансформации конкурентных отношений: обоснование и обоснование построения / Е.А. Нигай // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2022. – № 5. – С. 54-69. – DOI 10.24412/2071-6435-2022-5-54-69.

3. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2006. – 670 с.

4. Малюк, В.И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития: учебник и практикум для вузов. – М.: Изд-во Юрайт, 2020. – 361 с.

5. Калашникова, И.А. Проблемы формирования стратегии развития предприятия / И.А. Калашникова // ЭКОНОМИНФО. – 2019. – №1. – С. 11-16.

6. Нигай, Е.А. Конкурентная стратегия в сфере консалтинговых услуг в эпоху цифровой экономики // Актуальные аспекты развития науки и общества в эпоху цифровой трансформации: Сборник материалов II Международной научно-практической конференции, Москва, 28 октября 2022 года. – М.: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство АЛЕФ», 2022. – С. 244-249.

7. Nigay, E. Implementing the Digital Business Model into Organization Activities as a Factor of Economic System Sustainable Development / E. Nigay, Yu. Lebedinskaya, E. Barausova // Proceedings of the 1st International Scientific Forum on Sustainable Development of Socio-economic Systems: WFSDS 2021, Yekaterinburg, 03-04 июня 2021 года. – Yekaterinburg: SCITEPRESS, 2022. – P. 261-266.

SUBSTANTIATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN THE MISSION AND STRATEGIC OBJECTIVES OF THE COMPANY USING ACTIVITIES OF CSN RETAIL LLC AS A CASE STUDY

D.A. Ignatovsky, Student
Vladivostok State University
(Russia, Vladivostok)

***Abstract.** The company's mission is an important management tool that helps determine the strategy and direction of the organization's development. It defines the main goal and objectives that the company sets for itself. In addition, the mission helps to orient employees towards common values and goals, increase their motivation and involvement in work, as well as build trusting relationships with customers and other stakeholders. The article examines the relationship between the company's mission and its strategic objectives. As an example for the study of the relationship between mission and strategy, the Russian company DNS Retail LLC, engaged in the sale of electronics, is given.*

***Keywords:** company mission, development strategy, strategic installations, life cycle, retail trade.*

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В ООО «МЕРКАТОР КАЛУГА»

И.А. Иргашев, студент

Научный руководитель: С.Н. Гагарина, канд. экон. наук, доцент

**Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского
(Россия, г. Калуга)**

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-246-250

***Аннотация.** В статье представлены результаты исследования системы менеджмента качества в ООО «Меркатор Калуга». Показаны субъекты управления качеством, продемонстрировано применение инструментов контроля качества, выявлены «узкие места» в управлении качеством, предложены рекомендации по совершенствованию менеджмента качества в ООО «Меркатор Калуга».*

***Ключевые слова:** система менеджмента качества, субъекты менеджмента качества, инструменты контроля качества, бенчмаркинг.*

Понятие «качество» в современном мире рассматривается как комплексная составляющая, включающая в себя качество конечного продукта, качество управления, качество поставки или работ, качество жизни людей. Повышение качества продукции (работ, услуг) способствует повышению эффективности деятельности экономических субъектов и, как следствие, устойчивому развитию.

Менеджмент качества тесно связан с именами многих ученых, которые внесли свой вклад в решение проблем качества. Работы ряда из них явились катализаторами перехода менеджмента качества к очередной фазе своего развития. Труды Уолтера Шухарта и У. Эдвардса Деминга послужили основой создания известного цикла качества PDCA (планирование, реализация, проверка, корректирующие воздействия), применения контрольных карт. Джозеф Джуран прославился разработкой «триады качества, которая включает в себя планирование, контроль и улучшение качества» и является автором концепции ежегодного улучшения качества [1].

В настоящее время широкое распространение имеет системный подход к управлению организацией [2]. Важной составляющей системы управления организацией является целевая подсистема управления качеством. Базой системы менеджмента качества являются стандарты ИСО серии 9000.

Основываясь на результатах анализа научной литературы можно определить систему менеджмента качества, как систему управления, которая обеспечивает надежную и бесперебойную работу организации, деятельность руководства по управлению организацией применительно к качеству производимой продукции. Основными элементами системы менеджмента качества являются:

- контроль качества – это деятельность по оценке соответствия объекта контроля установленным требованиям (испытания, измерения, наблюдения, мониторинг, проверка) результатом которой является сравнение значений наблюдаемых характеристик с заданными;

- обеспечение качества представляет собой регулярную деятельность посредством которой выполняются установленные требования (работы по управлению, производству, материальному обеспечению, техническому обслуживанию);

- планирование качества подразумевает действия, определяющие необходимые характеристики объекта, и установление их целевых значений (по сути – это определение процессов и ресурсов необходимых для достижения требуемого качества);

- улучшение качества – реализация действий, результатом которых является расширение возможностей организации по выполнению требований, предъявляемых к объекту (в качестве объектов в системе менеджмента качества является продукция

(работы, услуги) и процессы управления организацией в целом).

В рамках данного исследования проведен анализ элементов системы менеджмента качества (СМК) ООО «Меркатор Калуга», которое входит в состав Меркатор Холдинг, занимает лидирующие позиции на российском рынке дорожной и коммунальной техники с 2000 г., имеет свое конструкторское бюро, RnD (Research and Development) центр и сеть сервисных центров. Основным видом деятельности организации является производство авто-транспортных средств. В данной органи-

зации имеются необходимые организационные ресурсы, которые отвечают за качество производимой продукции и несут ответственность за разработку и внедрение СМК. Наличие ответственного, структурного подразделения, своего рода штаба организационной команды, помогает формулировать проблемные вопросы, определять цикличность всех программных процессов, систематизировать количественные показатели, устанавливать ответственные подразделения с должностными лицами, осуществляющих проверки (рис. 1).



Рис. 1. Субъекты менеджмента качества ООО «Меркатор Калуга»

Как показывают результаты исследования, основным приоритетом руководства организации является предупреждение отклонений качества от стандартов, а не их выявление и устранение. Это свидетельствует о наличии в организации важнейшего функционального элемента в управлении качеством «планирование – прогнозирование», и применении методов прогнозирования, повышающих степень обоснованности управленческих решений [3].

Контроль качества на данном предприятии представляет собой производственное планирование, разработку технологий, тотальный, входной, межоперационный и выходной контроль производственного

сырья. Вся продукция перед выпуском проходит предварительные и приемосдаточные испытания, которые определяют готовность продукта к отправке заказчику.

Основными процессами обеспечения качества является производство, подготовка документации, оформление заказа с поставщиками, закупка сырья, подготовка металла, изготовление комплекса сборочных узлов, оснащение машин электроникой, хранение продукции на складе. Наряду с общими подсистемами СМК в ООО «Меркатор Калуга» функционируют обеспечивающие подсистемы. Значимое влияние на качество продукции оказывает человеческий фактор (кадровое обеспече-

ние). В ООО «Меркатор Калуга» разработаны меры по повышению квалификации работников, мотивации, с гибкой системой поощрений и взысканий. К руководящему персоналу установлены жесткие дисциплинарные и материальные меры за упущения в работе по управлению качеством.

Одной из обеспечивающих подсистем СМК является информационная подсистема. Повышению эффективности СМК в ООО «Меркатор Калуга» способствует документационное обеспечение управления, которое включает отражение результатов деятельности по управлению качеством, отображение результатов контроля за каждым звеном управления, содержит резуль-

таты анализа несоответствия качества, решения о внесении корректирующих и превентивных действий. Согласованные инструкции постоянно редактируются в соответствии с требованиями и стандартами ИСО. В случае, если те или иные требования ИСО не применяются в организации, то эту информацию отражают в отдельном приказе, который, по мере необходимости, предоставляется в органы сертификации. Политика в области качества доводится до персонала в бумажном и электронном виде.

Структура документационного обеспечения СМК ООО «Меркатор Калуга» отражена на рисунке 2.



Рис. 2. Структура документационного обеспечения СМК ООО «Меркатор Калуга»

Инструментом контроля качества в ООО «Меркатор Калуга» является контрольный лист – форма в которой фиксируются, регистрируются, подсчитываются данные по показателям количественных дефектов во временном диапазоне значе-

ний. Еще одним, наиболее часто используемым, инструментом СМК является диаграмма Парето, которая показывает процентное соотношение числа дефектов в результате ограниченного числа причин (рис. 3).



Рис. 3. Диаграмма Парето – инструмент контроля качества в ООО «Меркатор Калуга»

Из рисунка 3 видно, что главными детерминантами снижения качества продукции являются ухудшение качества сырья и нарушение технологических процессов. В свою очередь ухудшение качества сырья и нарушение технологического процесса яв-

ляется следствием проблемы импортозамещения.

В рамках исследования проведен анализ динамики брака в ООО «Меркатор Калуга» (таблица).

Таблица. Динамика забракованных сборочных узлов за 2021-2022 гг. на стадии «запуск производственных процессов»

Наименование сборочного узла	Ед. изм.	2021 г.			2022 г.		
		Выпущено	Отбраковано	% брака	Выпущено	Отбраковано	% брака
Большая тяга отвала ТН 34	шт.	730	70	9,59	680	110	16,18
Усилитель цепи КН 3600	шт.	400	25	6,25	390	40	10,26
Плита РГ ТН 34	шт.	730	65	8,90	680	72	10,59
Люк хвостовика	шт.	400	38	9,50	390	67	17,18
Итого		2260	198	8,76	2140	289	13,50

Отделом внутреннего аудита выявлены недочеты в отдельных сборочных узлах, связанные с несоответствием размеров деталей, входящих в сборку этих узлов. Как видно из информации, представленной в таблице, на фоне сокращения количества произведенной продукции на 120 единиц, удельный вес забракованных узлов в 2022 году по сравнению с уровнем 2021 года (в период заключения контрактов с новыми поставщиками) увеличился на 4,74% и составил 13,5% в общем количестве сборочных узлов. Ухудшение качества продукции может сказаться негативно на лидирующих позициях, которое предприятие занимает на рынке. Заказчиками ООО «Меркатор-Калуга» являются не только российские компании, но и страны Средней Азии (Узбекистан, Казахстан). Поэтому требования СМК ООО «Меркатор Калуга» соответствуют международным стандартам ISO 9000:2015.

Для решения возникших проблем, повышения качества продукции, проведения оценки влияния изменений на технологические процессы в организации принято решение о проведении аудита системы менеджмента качества с привлечением внешней аудиторской фирмы. Проведен анализ соответствия качества требованиям, заключенных контрактов с новыми поставщиками. Со стороны аудиторской компании осуществлена проверка доку-

ментации, проведена ознакомительная беседа с сотрудниками по подготовленному перечню вопросов. Список обнаруженных несоответствий отражен в итоговом отчете, с предложением действий по ликвидации недочетов. Результаты проверки свидетельствуют об отсутствии перспектив развития СМК (планирования на долгосрочную перспективу). В документации не нашли отражения все требования ИСО 9001 в полном объеме, не сформулированы конкретные задачи СМК в новых условиях работы организации. В этой связи представляется целесообразным использование современной управленческой технологии – бенчмаркинга, которая предполагает постоянный процесс оценки, изучения продукции, опыта конкурентов и других крупных компаний. Бенчмаркинговые исследования позволяют руководству организации обучаться на лучших практиках, определять слабые и сильные стороны, расставлять приоритеты по улучшению работы, осуществлять разработку планов по управлению качеством с корректирующими действиями.

На основе анализа лучших практик, в исследуемой организации разработана внутренняя система учета контрагентов. Она позволяет анализировать, выявлять недобросовестных поставщиков и наиболее выгодных партнеров для дальнейшего сотрудничества.

Таким образом, система менеджмента качества в организации должна сочетать в себе средства, методы и действия, которые будут обеспечивать качество продукции, удовлетворяющей запросы и потребности рынка. Поэтому на этапе разработки политики в области управления качеством представляется целесообразным применение современных маркетинговых технологий на основе бенчмаркинговых исследований [4]. Менеджмент качества и маркетинг тесно связаны между собой, посред-

ством реализации принципа ориентации на потребителя и его потребности, их формирование и максимальное удовлетворение. Повышению эффективности системы менеджмента качества способствует четкая организация работы по управлению качеством, квалифицированный персонал, с соответствующей мотивацией, применение передовых технологий, оборудования, отвечающего современному техническому уровню.

Библиографический список

1. Гагарина, С.Н. Управление качеством в организации: эволюция, системный подход / С.Н. Гагарина, И.А. Иргашев // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. – № 1-1(95). – С. 75-81. – DOI 10.24412/2411-0450-2023-1-1-75-81. – EDN KEIGJN.
2. Васин, С.Г. Управление качеством. Всеобщий подход: учебник для вузов. – М.: Изд-во Юрайт, 2023. – 404 с.
3. Гагарин, Ю.Е. Прогнозирование показателей деятельности предприятий с учетом неопределенности исходных данных / Ю.Е. Гагарин, С.Н. Гагарина // Вестник университета. – 2019. – № 1. – С. 94-99. – DOI 10.26425/1816-4277-2019-1-94-99. – EDN YZESOL.
4. Гагарина, С.Н. Продвижение услуг в сфере высшего образования / С.Н. Гагарина, А.С. Садовникова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 6-1(76). – С. 36-41. – DOI 10.24412/2411-0450-2021-6-1-36-41. – EDN TSXFCW.

QUALITY MANAGEMENT SYSTEM IN MERCATOR KALUGA LLC

I.A. Irgashev, Student

Supervisor: S.N. Gagarina, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky

(Russia, Kaluga)

Abstract. *The article presents the results of a study of the quality management system in Mercator Kaluga LLC. The subjects of quality management are shown, the use of quality control tools is demonstrated, "bottlenecks" in quality management are identified, recommendations for improving quality management in Mercator Kaluga LLC are proposed.*

Keywords: *quality management system, quality management entities, quality control tools, benchmarking.*

АНТИДЕМПИНГОВЫЕ МЕРЫ В ЯПОНИИ

А.А. Канцевая, магистрант
Российская таможенная академия
(Россия, г. Люберцы)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-251-253

***Аннотация.** В данной статье анализируются антидемпинговые меры в Японии, их особенности. Эффективность японской экономики и ее активный рост, в том числе, и в части развития собственных производителей является основанием для исследования данной темы, так как ряд особенностей реализации механизма применения антидемпинговых мер может быть взят на вооружения для защиты внутреннего рынка ЕАЭС и российского в частности.*

***Ключевые слова:** антидемпинговые меры, тарифное регулирование, внутренний рынок, ВТО, экономический рост, товарооборот, импорт.*

Япония является весьма крупным игроком международной торговли, как в качестве экспортера, так и импортера. Ей принадлежит почетное четвертое место по товарообороту, а ее становление как одного из лидеров стран по экономическому развитию началось еще в середине XX вв.

Следует отметить, что в качестве ключевой особенностью эффективности функционирования японской экономики следует отметить определенный стиль управления, именуемый азиатским менеджментом. Как известно, японские компании и их сотрудники максимально работоспособны, эффективны и нацелены на результат, что в свою очередь позволило обеспечить и удержать лидерские позиции страны на мировой арене.

Подобно бережному отношению к культуре, государство стремится максимально защитить свой внутренний рынок и его развитие по средствам максимально эффективного и популярного инструмента – антидемпинговых мер.

Антидемпинговые меры защиты внутреннего рынка используются повсеместно странами-участниками Всемирной торговой организации, как полагают эксперты, экономический рост Японии обусловлен в том числе и торговой рациональной политикой, которая обеспечивается также с применением антидемпинговых инструментов.

Внутренний рынок Японии защищается с помощью Специальной системы тарифов

Японии, в которую входят различные инструменты.

Подобно рынку ЕАЭС, Специальная система тарифов в Японии применяется в тех случаях, когда государство выявляет факт ведения несправедливой торговли.

Специальная система тарифов Японии состоит из следующих мер:

- компенсационные пошлины;
- антидемпинговые пошлины;
- экстренные тарифные меры;
- ответные карательные меры;
- специфические (временные);
- специальные защитные меры [1].

Проводя параллель с мерами защиты рынка ЕАЭС следует вывод, что Япония имеет более обширный спектр инструментов по защите собственного рынка от несправедливой торговли.

На данный момент практика применения перечисленных мер защиты невелика в сравнении со странами-участниками ВТО, но при этом следует отметить, что данный вопрос имеет высокую актуальность, ведь Япония наравне с Китаем имеет активную динамику развития экономики, а также товарооборота.

Нормативно-правовое регулирования применения антидемпинговых пошлин регламентируется в Японии, на государственном и международном уровне. Международный уровень представлен ГАТТ, а также Соглашением ВТО по применению ст. VI ГАТТ [2].

Что касается государственного уровня, то антидемпинговые меры на нем регулируются в основном ст. 8 Закона Японии №54 «О таможенном регулировании», а также иными нормативно-правовыми актами, не противоречащими по содержанию данной статье.

Антидемпинговые меры предполагают защиту японских производителей по средствам применения специализированных пошлин на импорт товаров с демпингующей рынок ценой.

В целом, действие такого инструмента как «антидемпинговые меры» в японском законодательстве слабо отличается от других стран. Особенностью в данном случае следует отметить, что ставки антидемпинговых пошлин не могут быть выше демпинговой маржи.

Понятие «нормальный уровень цен» также в японском законодательстве определяется по общему правилу, так как берется внутренняя цена в стране-поставщике товара, которая не может быть ниже себестоимости. В нормативно-правовой базе антидемпинговых мер в Японии представлен исчерпывающий перечень различных методик, с помощью которых определяется нормальная цена товара даже для стран с нерыночной экономикой.

Антидемпинговые меры согласно законодательству Японии, могут быть применены на срок не более пяти лет с возможностью продления в случае, если государство видит для этого основания.

Среди общих черт применения антидемпинговых мер в России и Японии является проведение расследования перед их применением, однако целесообразно остановиться подробнее на порядке проведения расследования. Чаще всего инициацию расследования запрашивают японские производители, столкнувшиеся с методами нечестной и недобросовестной конкуренции со стороны зарубежных поставщиков [3].

Проводится проверка двумя органами Министерством Финансов Японии и Министерством экономики, торговли и промышленности Японии.

Японское законодательство предусматривает регламентацию вопросов сроков проведения расследования. Срок от начала расследования до применения мер – не более 14 месяцев. При наличии существенных оснований для применения антидемпинговых мер государство в праве ввести временные меры антидемпинговые пошлины сроком применения не ранее 60 дней с начала расследования, а срок их применения не более четырех месяцев [4].

Следует отметить, что законодательство в области таможенного регулирования Японии является более эффективным, так как Министерство финансов и Министерство экономики, торговли и промышленности предъявляет определенные требования к производителям, инициирующим проведение расследования.

Во-первых, в качестве инициатора может выступать только так сторона, которая получает непосредственный ущерб от недобросовестного зарубежного поставщика, а доля их в производстве аналогичного товара в Японии составляет не менее 25%.

Во-вторых, к заявлению должны быть приложены все возможные доказательства демпинговой деятельности зарубежных производителей.

По результатам анализа антидемпинговых мер в Японии сформирован вывод, что недостаточность теоретических исследований опыта Японии в применении данного механизма является существенным упущением, ведь основываясь на опыте данной страны возможно создать эффективную систему для защиты внутреннего рынка России и рынка ЕАЭС в целом.

Полагаем, следуя опыту зарубежных коллег необходимо в первую очередь обращать внимание на тех, кто инициирует проверки зарубежного поставщика-импортера, так как в практике России существует проблема недобросовестного объединения отечественных поставщиков в целях временного устранения зарубежного конкурента на рынке, подобное использование антидемпинговых механизмов недопустимо, а следовательно, необходимо исследовать и постоянно совершенствовать инструменты защиты внутреннего рынка России и ЕАЭС в том числе

с применением успешного зарубежного опыта.

Активный экономический рост Японии свидетельствует о том, что государство данной страны соблюдает баланс импорта

и экспорта, а также ведет эффективную торговую политику, что свидетельствует о том, что их наработки и особенности следует взять на вооружение для практического применения в ЕАЭС и России.

Библиографический список

1. Горшков А.В., Подоба З.С. Специальная тарифная система Японии: практика применения // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2018. – №5. – С. 81-91.
2. Горшков А.В., Подоба З.С. Антидемпинговые пошлины в Японии: практика применения // *Международная торговля и торговая политика*. – 2018. – №1 (5). – С. 33-45.
3. Agreement on Implementation of Article VI of the General Agreement on Tariffs and Trade 1994. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.wto.org/English/docs_e_legal_e/19-adp.pdf (дата обращения 19.05.2023).
4. Agreement on Implementation of Article VI of the General Agreement on Tariffs and Trade 1994. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.wto.org/English/docs_e_legal_e/19-adp.pdf (дата обращения 19.05.2023).
5. Yoshimatsu H. The Political Economy of Antidumping in Japan // *Journal of the Asia Pacific Economy*. – 2019. – №6. – P. 22-46.

ANTI-DUMPING MEASURES IN JAPAN

A.A. Kantseva, *Graduate Student*
Russian Customs Academy
(Russia, Lyubertsy)

Abstract. *This article analyzes anti-dumping measures in Japan, their features. The efficiency of the Japanese economy and its active growth, including in terms of the development of its own producers, is the basis for the study of this topic, since a number of features of the implementation of the mechanism for the application of anti-dumping measures can be adopted to protect the internal market of the EAEU and the Russian one in particular.*

Keywords: *anti-dumping measures, tariff regulation, internal market, WTO, economic growth, trade turnover, import.*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТАРИЯ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЙ

Э. Караманов, магистрант
Кубанский государственный университет
(Россия, г. Краснодар)

DOI:10.24412/2411-0450-2023-5-1-254-256

Аннотация. Целью научной статьи выступает определение перспективных направлений совершенствования инструментов финансового менеджмента предприятий. Определена практическая роль финансового менеджмента в современной управленческой практике организаций в России. Проанализировано влияние цифровизации на появление информационных технологий, которые могут быть применимы в финансовом управлении. Проведен обзор информационных технологий, совершенствующих инструменты финансового менеджмента предприятий. В результатах установлено, что современные технологии способствуют решению актуальных проблем в обеспечении финансовой устойчивости предприятий в России.

Ключевые слова: финансовый менеджмент, инструменты финансового менеджмента, финансовое управление, технологии финансового менеджмента, информационные технологии, финансовая устойчивость.

Предприятие, осуществляя экономическую деятельность, использует различные ресурсы, одни из которых – финансы. Соответственно одним из важных аспектов управленческой деятельности в организации является финансовый менеджмент, который направлен на рациональное управление финансами с целью обеспечения финансовой устойчивости и платежеспособности бизнеса. Миссия финансового менеджмента заключается в повышении экономического потенциала предприятия, используя с максимальной эффективностью финансовые ресурсы в проведении операционной деятельности в производстве и сбыте продукции.

Под понятием «финансовый менеджмент» предприятия подразумевается система взаимосвязанных элементов, которая направлена на достижение стратегических и тактических целей организации, используя для этого финансовые ресурсы. К задачам финансового менеджмента относятся:

- обеспечение стабильного формирования прибыли;
- увеличение уровня рентабельности активов и капитала;
- стимулирование роста темпов производства и продаж продукции;

- увеличение оценки стоимости бизнеса;
- обеспечение роста доходов акционеров;
- обеспечение платежеспособности компании и ликвидности ее активов.

В современной практике российских предприятий важным вопросом является совершенствование инструментария финансового менеджмента. С учетом активного процесса цифровой трансформации, актуальным направлением является внедрение информационных технологий, обеспечивающих появление новых финансовых сервисов и инструментов.

Статистические данные за 2017-2021 гг. указывают на необходимость совершенствования системы финансового менеджмента российских предприятий. К тому же в условиях санкционного давления усиливается потребность в укреплении финансовой безопасности субъектов и предотвращении финансового кризиса, и одним из направлений является цифровизация системы управления финансовыми ресурсами [3].

Развитие финансового менеджмента при помощи внедрения и интеграции различных информационных технологий – это одно из наиболее приоритетных направлений развития экономики с учетом

вызовов современной финансовой науки и экономической практики. Фактором-драйвером является увеличение практической роли инновационной деятельности в организации, производстве, потреблении и осуществлении платежных операций [4].

В особенности практическая важность развития финансовых сервисов обусловлена появлением новой отрасли – финтех, компании и экономические субъекты которой, нацелены на разработку и продвижение финансовых инновационных технологий. Данные инструменты позволяют обеспечить эффективное управление финансовым состоянием предприятий.

К тому же в периоде 2020-х гг. на первый план во всем мире выходит модель цифровизации экономики. Цифровая трансформация наблюдается и в России, где благодаря этому создаются новые стимулы к росту валового внутреннего продукта. Финтех-сектор – это один из основных драйверов интенсивного и устойчивого развития экономической системы. На уровне международной практики, финансовые технологии и сервисы способны обеспечить решение глобальных задач и проблем.

В результате, развитию финтех-компаний в современности способствует влияние следующих факторов, как [1]:

- появление и развитие новых информационных технологий;
- сокращение издержек компаний финансовых технологий при выходе на новые рынки финансового сервиса;
- увеличение скорости распространения финансовых технологий из-за трансграничного сотрудничества и партнерства финансовых институтов;
- формирование экономии финансовых ресурсов организаций, внедряющих финансовые технологии при совершенствовании своих сервисов.

Предлагаем провести обзор наиболее популярных информационных технологий, способных совершенствовать инструментарий финансового менеджмента современных предприятий.

Анализ большого массива данных. Эти финансовые технологии способны обрабатывать огромные базы данных организа-

ции, при этом, имеющих разную закономерность. Целью обработки является анализ закономерностей, которые человек не способен заметить. Данные финансовые технологии позволяют структурировать большой объем различной информации и финансовых данных, при этом, тех, которые между собою различаются по основной характеристике. Далее информация анализируется для определения конкретных тенденций и причинно-следственных связей. Результаты исследования позволяют получить ответы на многие вопросы, связанные с управлением финансами и финансовым состоянием бизнеса.

Облачные технологии. Это новый сервис, который подразумевает удаленное использование средств обработки и хранения данных. Главным преимуществом облачных технологий для организаций в финансовом менеджменте является то, что они позволяют сэкономить на процессе сбора и анализа данных. Управление финансовыми процессами может проводиться при помощи любого компьютера, не обязательно для этого использовать тяжелые мощности дата-центра.

Искусственный интеллект – это способность компьютерной системы имитировать когнитивные функции человека, такие как обучение и решение задач. Посредством искусственного интеллекта компьютерная система использует математические функции и логику для имитации процессов мышления, которые позволяют людям обучаться на новой информации и принимать решения. В период 2023 года практическая роль и актуальность внедрения технологий искусственного интеллекта при повышении финансовой устойчивости компаний не уменьшается, а наоборот, увеличивается. Трансформационные процессы происходят в разных структурах предпринимательства [3].

По мнению ряда авторов, внедрение инновационных инструментов в финансовом менеджменте предприятий – не просто инновационное решение, а верный подход к стимулированию развития бизнеса, повышения его конкурентоспособности и экономического потенциала. Благодаря информационным технологиям происхо-

дят различные положительные изменения, которые влияют на обеспечение финансовой устойчивости организации.

Таким образом, благодаря применению инновационных инструментов в финансовом менеджменте организации способны обеспечить решение актуальных проблем.

Финтех-сектор сегодня предлагает разнообразные финансовые технологии, которые оцифровывают бизнес-процессы управления финансами, что позволяет улучшить качество финансового менеджмента и обеспечить финансовую устойчивость предприятий.

Библиографический список

1. Белозеров С., Соколовская Е., Ким Юн.С. Финтех как фактор трансформации глобальных финансовых рынков // Форсайт. – 2020. – Т. 14. № 2. – С. 23-35.
2. Рыжкова Е.А., Рыжкова Е.К. Искусственный интеллект как элемент цифрового отношения // Юридические исследования. – 2022. – № 8. – С. 1-11.
3. Дьяков С.А., Вовк Е.А., Деркач В.Н., Калитка В.В. Совершенствование системы финансового менеджмента предприятия в цифровой экономике // Естественно-гуманитарные исследования. – 2023. – № 1 (45). – С. 395-399.
4. Хромойкина А.Н., Замлилова Я.Н. Проблемы и пути совершенствования финансового менеджмента на предприятиях в России // Студенческий вестник. – 2022. – № 39-5 (231). – С. 14-18.

IMPROVING TOOLS OF FINANCIAL MANAGEMENT OF ENTERPRISES

E. Karamanov, *Graduate Student*
Kuban State University
(Russia, Krasnodar)

Abstract. *The purpose of the scientific article is to identify promising areas for improving the tools of financial management of enterprises. The practical role of financial management in the modern management practice of organizations in Russia is determined. The influence of digitalization on the emergence of information technologies that can be applied in financial management is analyzed. A review of information technologies that improve the tools of financial management of enterprises has been carried out. The results found that modern technologies contribute to solving urgent problems in ensuring the financial sustainability of enterprises in Russia.*

Keywords: *financial management, financial management tools, financial management, financial management technologies, information Technology, financial stability.*

ISSN 2411-0450 (Print)
ISSN 2413-0257 (Online)

ЭКОНОМИКА И БИЗНЕС
теория и практика
№ 5-1 (99) май 2023

Редактор: Д.М. Матвеев
Верстка: Ю.А. Матвеева

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.
За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность
несут авторы.
Материалы публикуются в авторской редакции.

Учредитель и издатель: ООО «Капитал»

Контактная информация:

E-mail: Economyandbusiness@yandex.ru

Сайт: <http://Economyandbusiness.ru>

Телефон: +7-905-951-51-63

Адрес редакции: 630133, г. Новосибирск, ул. Татьяны Снежиной, д.43/1, 252

Адрес учредителя и издателя: 630133, г. Новосибирск, ул. Татьяны Снежиной, д.43/1, 252

Подписано в печать 07.06.2023 г.

Дата выхода в свет 20.06.2023 г.

Усл. печ. л. 16,06. Уч.-изд. л. 12,85. Тираж 500 экз.

Отпечатано в типографии ООО «Капитал»
г. Новосибирск, ул. Татьяны Снежиной, д.43/1
Тел. 8(905)951-51-63, Economyandbusiness@yandex.ru

Цена печатного экземпляра: 490 руб.