



Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования Центросоюза Российской Федерации
СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ



Международные молодежные научные чтения им. профессора Н.Н. Протопопова

Сборник материалов
Часть 1

Новосибирск
13–14 марта 2024 года

Новосибирск 2024

Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования
Центросоюза Российской Федерации
СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

**МЕЖДУНАРОДНЫЕ
МОЛОДЕЖНЫЕ НАУЧНЫЕ ЧТЕНИЯ
им. ПРОФЕССОРА Н. Н. ПРОТОПОПОВА**

*Сборник материалов
Часть 1*

Новосибирск
13 – 14 марта 2024 года

Новосибирск 2024

УДК 001
ББК 72
DOI 10.48642/9491.2024.81.47.001
B85

B85 Международные молодежные научные чтения им. профессора Н. Н. Протопопова: сборник материалов (Новосибирск, 13 – 14 марта 2024 г.). Ч. 1 / [под ред. Э. А. Новосёловой]; АНОО ВО Центросоюза РФ «СибУПК». — Новосибирск, 2024. — 406 с.

ISBN 978-5-334-00317-0 (ч. 1)
ISBN 978-5-334-00316-3

В сборник вошли статьи участников Международных молодежных научных чтений им. профессора Н.Н. Протопопова, целью которых является представление результатов научно-исследовательской деятельности, поощрение активности обучающихся в научно-исследовательской работе. В первой части сборника представлены результаты научных исследований по следующим направлениям: современные тенденции развития экономики: теория и практика; торговое дело, товароведение, реклама и связи с общественностью; потенциал индустрии туризма и гостеприимства; проблемы бухгалтерского учета и финансов; менеджмент: проблемы, риски и тренды развития; технологии продуктов питания и переработки сельскохозяйственной продукции.

УДК 001
ББК 72
DOI 10.48642/9491.2024.81.47.001

Сборник рекомендован к изданию советом по науке Сибирского университета потребительской кооперации (СибУПК), протокол от 20.06.2024 № 9.

ISBN 978-5-334-00317-0 (ч. 1)
ISBN 978-5-334-00316-3

© Сибирский университет
потребительской кооперации
(СибУПК), 2024

СОДЕРЖАНИЕ

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

<i>Акторгай Н. С., Жетписбаева М. К.</i> Цифровая трансформация государственного управления в Казахстане	9
<i>Андриевский В. О., Мороз О. Н.</i> Экономическая устойчивость системы потребительской кооперации в условиях глобальных изменений	12
<i>Байханова Д. А., Давиденко Л. М., Шамрай И. Н.</i> Экологический брендинг как фактор инвестиционной привлекательности трансграничных регионов	15
<i>Богданова А. С.</i> Северный завоз: текущее состояние и перспективы	18
<i>Борзенко М. А. Кравцов Д. И., Анникова А. А.</i> ESG как индикатор устойчивого социально-экономического развития региона	22
<i>Васильева Ю. В.</i> Особенности рынка труда молодых специалистов как экономическая категория	26
<i>Веленгура В. С., Жваненко С. А.</i> Современные тенденции в сфере оплаты труда	30
<i>Гарнец В. С., Барбанакова Д. Е.</i> Влияние кризиса в Красном море на финансово-логистические потоки в экономике	33
<i>Кэ С.</i> Исследование возрастной структуры населения как фактора потребительского спроса	37
<i>Мадина П. Е.</i> Цифровая трансформация экономики Российской Федерации в современных условиях	40
<i>Максимова С. Е.</i> Потребительская кооперация России: тенденции и проблемы развития	44
<i>Мозер К. А., Бакарасов Е. О.</i> Риски и угрозы потребительской кооперации	48
<i>Попова К. Е.</i> Современное состояние экономической безопасности Российской Федерации	51
<i>Присяжный С. В., Бондарчук А. В.</i> К вопросам гармонизации налоговой политики в новых регионах Российской Федерации	55
<i>Рогов Д. А., Токарь Е. В.</i> Тенденции развития предприятий общественного питания в условиях нестабильности экономики	59
<i>Серов И. А., Шамрай И. Н.</i> Тренды развития FMCG-рынка в 2024 году: оценка и прогноз	63
<i>Сигачева Н. Г.</i> Критерии оценки качества медицинских услуг в современных условиях	67

<i>Сы Ц.</i> Обзор литературы по экономическому развитию и перспективам деревень Северо-Запада Китая.....	71
<i>Сысина Е. А., Шейдаева М. М., Соловьева В. Н.</i> Урбанизация в Японии	76
<i>Усынина С. А., Сорокина А. И.</i> Оценка эффективности реализации муниципальных программ	81
<i>Федотова А. А.</i> Анализ внешнеэкономической деятельности РФ в условиях санкций	85
<i>Хоронеко С. М.</i> Сравнительная оценка инновационного потенциала регионов Республики Беларусь	88
<i>Цуй К.</i> Исследование развития электронной торговли в Китае в эру экономической глобализации	92
<i>Цянь Г., Монич И. П.</i> Совершенствование механизмов оценки долговой нагрузки на примере компании «Chang-kong power Co. Ltd» — базовое исследование показателей платежеспособности.....	97
<i>Чеботарева А. М.</i> Вклад малого и среднего предпринимательства в инновационное развитие Новосибирской области.....	101
<i>Чжу С., Монич И. П.</i> Исследование факторов, влияющих на развитие китайско-российского энергетического сотрудничества — укрепление политического взаимодоверия.....	105
<i>Чэнь Ц.</i> Инновации в управлении экономикой туризма с точки зрения экономики замкнутого цикла — важность экономики замкнутого цикла	110
<i>Ши Т.</i> Обзор литературы о ценности бренда Moutai Kwei Chow Co., Ltd....	113
<i>Шишкина М. А., Простова Д. М.</i> Роль экономической безопасности в современных внешнеэкономических условиях	116

ТОРГОВОЕ ДЕЛО, ТОВАРОВЕДЕНИЕ, РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

<i>Боев В. С.</i> Способ получения натуральных красителей для текстильных материалов	119
<i>Воронько А. В., Севостьянова М. В.</i> Исследование качества ювелирных изделий.....	123
<i>Кловак В. С., Комарчев К. А., Шмидт И. А.</i> Сравнительный анализ маркетинговой деятельности гипермаркетов г. Новосибирска	127
<i>Литвинов С. О.</i> Логистический подход к управлению цепями поставок	132
<i>Мальцев Д. А., Архипенко Т. С.</i> Запасы, регулируемые поставщиком, как эффективная методика управления в цепи поставок.....	135
<i>Маркелова К. А., Бурматова А. В.</i> Развитие концепции «маркетинг впечатлений».....	139

<i>Першина Е. И., Степанова А. Г.</i> Продвижение предприятия производственного назначения.....	142
<i>Ранга Е. А., Сайфулина З. Р.</i> Товароведная характеристика изделий быстрого приготовления	145
<i>Слепченко Д. К., Кинсфард Я. В.</i> Бизнес-модели в новой реальности	148
<i>Телепина К. А., Чишевич А. И.</i> Использование подкастов как инструмента PR и рекламы для звукозаписывающих студий	151
<i>Шикарев И. Н., Степанова Е. Н.</i> Сравнительная оценка консервов натуральных из сайры	155
<i>Эрмиш Е. И., Овсепян С. С.</i> Оценка маркетинговой деятельности организации на примере супермаркета SPAR г. Новосибирска.....	159

ПОТЕНЦИАЛ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

<i>Антонова П. И., Сыздыкбекова М. Б.</i> Туризм 2024: тренды будущего	162
<i>Афанасьев Р. Д., Плотникова Т. В.</i> Политическое влияние на въездной и внутренний туризм Российской Федерации	165
<i>Горькая Е. Е.</i> Потенциал индустрии туризма в Республике Алтай	169
<i>Ефремова Е. Е.</i> Экоотели. Становление «зеленого» бизнеса.....	172
<i>Илющенко А. С.</i> Анализ туристической привлекательности Запорожского региона: текущее состояние и потенциал развития	175
<i>Кадничанский Н. В.</i> Состояние и прогноз развития туризма в России	179
<i>Костина А. В., Пономарев Н. Н.</i> Цифровизация индустрии туризма как эффективный инструмент развития отрасли.....	183
<i>Любимцева В. Е., Шишов А. С.</i> Гостеприимство и туризм в России	188
<i>Мищенко Е. А., Пономарев Н. Н.</i> Устойчивое развитие экотуризма в заповедниках Новосибирской области.....	191
<i>Нечаева В. В.</i> Развитие сферы детского отдыха и оздоровления.....	194
<i>Петрова М. З., Буката О. Р.</i> Современные проблемы финансовой устойчивости компаний туриндустрии в России	198
<i>Сахарова В. Г., Осипова Е. Н.</i> Особенности функционирования малых отелей города Новосибирска.....	202
<i>Сойма К. В., Баркова С. А.</i> Использование искусственного интеллекта в сфере гостиничного бизнеса.....	205
<i>Ушакова А. Д., Храмова Е. В., Балашова О. В.</i> Проблемы развития туризма в Восточном Казахстане	209
<i>Чермаков Д. К., Осипова Е. Н.</i> Специфика функционирования деловых отелей на рынке гостиничных услуг города Новосибирска	213

<i>Чирцова А. А., Шнорр Ж. П.</i> Научно-популярный туризм в Новосибирской области: проблемы и возможности	217
<i>Швецова О. А.</i> Анализ и перспективы развития туризма в России	221
<i>Ширяева А. Б., Шнорр Ж. П.</i> Музейное гостеприимство как фактор развития культурного туризма.....	225

ПРОБЛЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ФИНАНСОВ

<i>Алаева А. В., Ситниченко А. И.</i> Кредитный бум в России в 2023 году.....	228
<i>Баширова А. А.</i> Тренды цифровизации банковской системы в 2023 году....	231
<i>Большде А. С.</i> Формирование отраслевой модели оценки ликвидности и платежеспособности организаций легкой промышленности.....	234
<i>Борминцева К. В., Емельянов Д. Г.</i> Цифровые платформы банковской системы России.....	237
<i>Брим З. В.</i> Анализ рынка автокредитования: проблемы и возможности роста	241
<i>Васильева Е. Н., Евтягина Н. Д.</i> Проблемы современного финансового мошенничества	246
<i>Васич Е. В., Боронина Э. С.</i> Финансовые аспекты социально-экономической стратегии развития малых городов.....	250
<i>Дробина Т. В., Боронина Э. С.</i> Особенности калькулирования себестоимости продукции промышленных компаний	255
<i>Емельянов Д. Г.</i> Цифровой рубль как новая форма национальной валюты.....	259
<i>Иванова А. А., Чернышева Е. В.</i> Влияние финансовой культуры на финансовое поведение граждан в условиях трансформации сбережений в инвестиции	262
<i>Кичигаева К. В.</i> Современные проблемы безналичных расчетов в России	266
<i>Колтакова М. А.</i> Проблемы методологии оценки инвестиционных проектов: применение метода Монте-Карло	270
<i>Кошкина О. А., Денисенко Е. Б.</i> Оценка влияния цифровизации на кредитование физических лиц.....	274
<i>Мурадова Л. Р.</i> Влияние МРОТ на уровень благосостояния населения в РФ	278
<i>Николенко П. В., Городкова С. А.</i> Тенденции макроэкономических показателей в США как вектор моделирования денежно-кредитной политики в России	282

<i>Серов И. А., Своровская М. А.</i> Цифровизация внутреннего аудита	286
<i>Сойма К. В., Красноперов Н. В.</i> Эффективность аудита в противодействии коррупции	289
<i>Татару В. Д., Дуплинская Е. Б.</i> Государственно-частное партнерство как фактор развития транспортной инфраструктуры	293
<i>Томаева Х. Ш.</i> Особенности бухгалтерского учета на маркетплейсах	297
<i>Шабалин Е. С.</i> Оценка эффективности деятельности Новосибирского облпотребсоюза	301
<i>Ян А.</i> Исследование влияния технологии блокчейн на финансирование микро-, малых и средних предприятий в цепочке поставок. Проблемы финансирования кредитования малых и микропредприятий	306

МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМЫ, РИСКИ И ТRENДЫ РАЗВИТИЯ

<i>Анисимова А. Е., Охременко С. И.</i> Формирование конкурентных преимуществ организации	309
<i>Анилогов А. Ю., Букрина Е. А.</i> Оценка эффективности использования инновационного потенциала предприятия	313
<i>Бендик В. В., Бессонова Н. А.</i> Обеспечение конкурентоспособности организации: современные направления развития	317
<i>Бовсуновский Д. Д.</i> Стили руководства предприятием и условия их использования	321
<i>Борзенков Д. А.</i> Методы экономического и психологического побуждения к труду	325
<i>Буслов В. В.</i> Управление проектами в современных организациях	328
<i>Гатамов Б. А.</i> Функция планирования в организациях юридического сервиса	332
<i>Горошко А. А.</i> Особенности использования информационных технологий в среднем профессиональном образовании	335
<i>Елаева Н. П., Лихтанская О. И.</i> Эффективность использования искусственного интеллекта при подборе и адаптации персонала в организации	339
<i>Зубенко О. А., Лихтанская О. И.</i> Современные технологии, применяемые в образовательном процессе в качестве дополнительной коммуникации	342
<i>Кравченко Е. А., Фролова Г. И.</i> Ситуационный анализ в управленческой практике предприятий	347
<i>Кулешова С. Е., Анникова А. А., Евтягина Н. Д.</i> Кадровый аудит в парадигме устойчивого развития и ESG-трансформации бизнеса	350
<i>Мелешко В. В., Удовиченко К. А.</i> Современный менеджмент: проблемы и тренды развития	355

<i>Сафонова Ю. А., Бакаева В. В.</i> Современные риски микрофинансовой организации.....	360
<i>Слепакова С. В., Суровцева В. А.</i> Управление затратами как фактор роста прибыли организации	364
<i>Сойма К. В., Бакаева В. В.</i> Проблемы использования ИТ-технологий и нейросетей в ресторанном бизнесе	370
<i>Тарицына Т. С., Новосёлова Э. А.</i> Поток создания ценности в практике стратегического управления бизнес-процессами (на примере ООО «ИНВИТРО-Сибирь», г. Новосибирска)	374
<i>Черных М. Г., Чистякова В. И.</i> Стратегии командной работы в рекламных компаниях	379

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ И ПЕРЕРАБОТКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

<i>Кайрашева А. А., Чумак М. Г., Варнавская О. Д.</i> Обоснование использования сырья Республики Казахстан для повышения пищевой ценности десертов на основе полуфабрикатов из песочного теста	382
<i>Марченко Е. О., Павлова А. В.</i> Новые пути в профилактике заболеваний рыб	386
<i>Пономаренко К. В., Койнова Е. Г.</i> Влияние изменений традиционных рецептов из дрожжевого теста на улучшение качества изделий.....	389
<i>Смакотин Г. А., Плахотина А. Ю.</i> Значение организации рационального кормления служебных собак.....	392
<i>Снегова А. М., Агеева А. В., Медведский Д. А.</i> Технологии нововведений и инновационные решения в деятельности АПК России 2024	395
<i>Шабунин К. К., Деревянкин А. В.</i> Раннее прогнозирование племенных качеств баранов.....	398
<i>Щербатов А. А., Березовикова И. П.</i> Способ декофеинизации зерен зеленого кофе	401

УДК 369.032

**ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ
ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В КАЗАХСТАНЕ**

Н. С. Акторгай, *обучающийся*,
М. К. Жетписбаева, *канд. экон. наук, профессор*
Карагандинский университет Казпотребсоюза (КарУ),
г. Караганда, Казахстан
rimakeu@mail.ru

Актуальность статьи обусловлена тем, что современные подходы в системе государственного управления требуют значительного улучшения эффективности управления, исследования больших данных с целью комплексного анализа ситуации, быстроты и оперативности принятия решения, учитывая стремительность изменений, происходящих в обществе. Это становится возможным благодаря цифровой трансформации управленческих подходов.

Ключевые слова: цифровая трансформация, электронное правительство, системы принятия решений, цифровые платформы, государственное управление.

Анализ влияния цифровых технологий на систему управления является предметом исследования многих экономистов, цель нашего исследования заключается в изучении процесса трансформации государственного управления в процесс, ориентированный на результат, с применением цифровых технологий. Цель исследования будет достигнута благодаря применению общих методов экономического познания: эмпирический анализ, статистический анализ, индукция, дедукция и т. д.

Практическая значимость статьи состоит в преломлении теоретического осмысления процесса цифровой трансформации государственного управления к практике государственного управления в Казахстане.

Во второй половине XX века система государственного управления развитых стран основывается на применении нового государственного менеджмента, который в настоящее время стал интернациональной, широко распространенной практикой во многих странах мира. Суть ее состоит во внедрении принципов управления частного сектора в систему государственного управления. На деле это означает, что государственное управление должно быть клиенто-ориентированным, учитывать удовлетворенность потребителей государственных услуг, предвидеть конечные результаты, оптимизировать бизнес-процессы в государственных органах, сокращать затраты на содержание государственного аппарата. Действенным инструментом претворения в практику данной модели является внедрение цифровых инструментов в процесс научно-государственного управления (НГУ).

Вопросы цифровизации государственного управления, отражающие отдельные аспекты НГУ с учетом меняющейся концепции государственного управления, в литературе рассмотрены с позиций понятийного определения,

выполняемых функций и полномочий государства [1]: как технология, ориентированная на результат [2], как глубокая оптимизация, реинжиниринг бизнес-процессов, направленных на принятие новых управленческих решений [3]; систематизация, анализ данных и внедрение цифровых технологий для преобразования аналоговых процессов в цифровые и оптимизации системы управления проектами и программами [4].

Возможность цифровой трансформации в системе государственного управления Казахстана стала возможной благодаря структуре разветвленных оптоволоконных сетей, наличию высокоскоростного интернета, уровню овладения цифровыми навыками и компетенциями населения Казахстана.

Так, доля пользователей компьютером в возрасте 16–74 лет выросла с 47,4 % в 2011 г. до 90,2 % в 2022 году; интернетом — с 49,5 до 94,5 соответственно. Доля пользователей сети Интернет в возрасте от 6 до 15 лет составила в 2022 г. 92,2 %. Это стало возможным благодаря росту затрат на информационно-коммуникационные технологии с 214 179,7 млн тенге в 2011 году до 589 852,5 млн тенге в 2022 г., т. е. увеличение в 2,8 раза. Уровень цифровой грамотности населения в 2022 году составил 88,3 %.

Цифровая трансформация государственного управления в Казахстане осуществлялась последовательно: от внедрения традиционных информационных технологии в управление государственного сектора для повышения эффективности отдельных управленческих процессов, формирования электронного правительства с целью предоставления государственных услуг, связанных с потребностями населения и бизнеса, и наконец, до открытого правительства в настоящее время. С этим процессом связаны потребности общества в вопросах открытости, доступности и прозрачности принимаемых управленческих решений, установлением нового уровня коммуникаций между населением, бизнесом и органами государственной власти; снижением уровня коррупции и сокращением транзакционных издержек на основе интеграции и эффективного взаимодействия государственных органов на различных уровнях исполнительной власти.

В настоящее время на платформе электронного правительства население и бизнес получают более 95 % государственных услуг в электронном формате путем обращения за услугой в региональные отделения государственной корпорации «Правительство для граждан», а также удаленно используя приложение eGov mobile.

Рассмотрим внедрение цифровых платформенных решений в государственное управление социальной сферы Республики Казахстан. Так, с апреля 2023 года в Казахстане действует новый Социальный кодекс, согласно ст. 24 Кодекса, введено формирование Цифровой карты семьи (ЦКС).

Информация, которая собирается со всех цифровых платформ о гражданах Казахстана, впоследствии интегрируется в Цифровую карту семьи на платформе электронного правительства с учетом их социального благополучия и обеспечения социальной защиты. На начало 2024 года в ней заложена информация о всем населении страны (более 6 млн семей), около 80 тыс. человек уже получили оповещение путем смс о выполненных услугах на цифровых платформах.

Семья, имеющая право на получение государственной поддержки, будет получать смс-уведомление от Министерства труда и социальной защиты Республики Казахстан с информацией, что гражданином является потенциальным получателем господдержки. В смс-уведомлении получателю дается выбор назначения пособия в проактивном формате или отказа. При согласии гражданина производится назначение пособия, которое затем перечисляют на счет получателя.

С помощью ЦКС без обращений в государственные органы населению можно оформить 10 видов адресной социальной помощи. Данное управленческое решение с использованием Цифровой карты семьи способствовало установлению органами прокуратуры Карагандинской области факта торговли детьми, произошедшего в 2011 году. По информации прокуратуры, ребенок в 2011 году родился в перинатальном центре и был оставлен матерью, затем его перевели в один из детских домов и отразили в ЦКС, позднее не было найдено его место проживания и обучения.

С начала 2024 года в целях выполнения послания Президента РК от 01.09.2022 г. «Справедливое государство. Единая нация. Благополучное общество», касающееся социального обеспечения детей до 18 лет, в Казахстане реализуется проект «Национальный фонд детям». В проекте будут участвовать дети, родившиеся с 2006 года. Процесс учета детей, имеющих право на выплату из инвестиционного дохода национального фонда, формируется на основе имеющейся информации в базе данных государственных органов. Родители могут проверить внесение ребёнка и наличие его ИИН на портале электронного правительства eGov.kz. Ежегодные начисления дохода детям можно проверять в личном кабинете на eGov.kz. или через сайт Единого накопительного пенсионного фонда, куда поступают выплаты детям. Счета на детей открываются в ЕНПФ без заявления родителей из базы данных физических лиц Министерства юстиции РК.

Список литературы

1. Смотрицкая, И. И. Цифровизация государственного управления как новый этап институциональных реформ // Институциональные аспекты повышения качества государственного управления в контексте новых стратегических вызовов. — Москва, 2019. — С. 21.
2. Цифровое будущее государственного управления по результатам. — Москва : ИД Дело, 2019. — С. 16.
3. Петров, М. Государство как платформа / М. Петров [и др.]. — Москва : Центр стратегических разработок, 2018. — С. 11 – 12.
4. Кудрина, М. В., Воронов, А. С., Гаврилюк, А. С. Внедрение цифровых платформ для принятия решений в государственном управлении // Государственное управление. Электронный вестник. — 2020. — № 100. — С. 169.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ СИСТЕМЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

В. О. Андриевский, *обучающийся*,
О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ksenijasib@mail.ru

Данное исследование посвящено изучению факторов, влияющих на экономическую устойчивость системы потребительской кооперации в условиях глобальных изменений. Проанализированы стратегии управления, инновационные подходы и другие аспекты, определяющие успех и экономическую устойчивость потребительских кооперативов.

Ключевые слова: экономическая устойчивость, система, глобальные изменения, потребительская кооперация.

Экономическая устойчивость организаций потребительской кооперации в условиях глобальных изменений является актуальной проблемой не только на мировом рынке, но и в России. Современная экономическая среда характеризуется быстрыми изменениями, нестабильностью и высокой конкуренцией, что требует от организаций, в том числе и потребительских кооперативов, умения адаптироваться к новым условиям и обеспечивать свою устойчивость.

В статье рассмотрено влияние глобальных изменений на экономическую устойчивость организаций потребительской кооперации в России. Особое внимание будет уделено таким аспектам, как изменения в мировой экономике, торговой политике, потребительском поведении и технологическом прогрессе, их влияние на организации потребительской кооперации и меры, которые могут быть приняты для обеспечения их экономической устойчивости.

Целью данного исследования является выявление ключевых факторов, определяющих экономическую устойчивость организаций потребительской кооперации в России в условиях глобальных изменений, а также предложение практических рекомендаций для эффективного их управления.

В анализе структуры деятельности системы производственной кооперации России в региональном разрезе можно отметить Приволжский регион. Он занимает важное место: 1/4 совокупного объема деятельности системы потребительской кооперации или 70,3 млрд руб., что составляет 39 % от общего объема. Что касается структуры этого объема, то розничная торговля доминирует, формируя 58 % всей деятельности региона (40,8 млрд руб.). Стоит отметить сферу закупок сельхозпродуктов и сырья, которая составляет около 18 %, или 12,4 млрд руб. Промышленные предприятия Приволжского региона распределены относительно равномерно среди региональных областей и составляют 11 % совокупного объема деятельности. На Северо-Западный и Центральный регионы приходится 15 и 18 % соответственно от общего объема деятельности

системы Центросоюза, что в абсолютных цифрах составляет 31,7 и 27,4 млрд руб. В этих регионах наблюдается схожая отраслевая структура, розничная торговля играет доминирующую роль, формируя 70 % от общей деятельности (21,9 млрд руб. в Центральном регионе и 18,9 млрд руб. в Северо-Западном). Розничная торговля является важным сектором для всех трех регионов, однако каждый из них имеет свои особенности и специфику в структуре деятельности системы производственной кооперации. В ударном темпе 2022 год вошел в историю как период «финансового всплеска», принося прибыль «игрокам» системы Центросоюза РФ, несмотря на то, что не удалось достичь уровня 2016 года. Тем не менее, прибыль выросла на 25 %, достигнув отметки в 2,625 млрд руб. Несомненно, основными лидерами по доходам в системе потребительской кооперации стали Центральный и Приволжский регионы, сформировавшие соответственно 24 % (6,5 млрд руб.) и 25 % (6,5 млрд руб.) прибыли в 2022 году. На долю Северо-Западного, Сибирского и Южного регионов пришлось 40 % прибыли, в то время как оставшиеся 8 % — заняли Дальневосточный и Уральский регионы. Из всех регионов в 2022 году экономически успешным оказался Центральный регион, где уровень экономической рентабельности был положительным во всех трех отраслях деятельности организаций потребительской кооперации. Однако наименьшие значения рентабельности были зарегистрированы в Северо-Кавказском регионе в сфере розничной торговли (–20,4 %) и общественного питания (–1,27 %), хотя промышленность этого региона оказалась одной из наиболее прибыльных (3,26 %) (рисунок) [1].



Состав и структура совокупного объема деятельности по регионам, %

На начало 2024 года кооператоры отечественного рынка действуют отдельно друг от друга и они разбросаны по всей стране — от Алтайского до Краснодарского края, от Твери до Томска. С развитием современных технологий, таких как информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), открываются новые возможности для сотрудничества [2]. Анализ использования интернет-возможностей кооперативами и сложностей доступа к информации о них и их продукции в онлайн-пространстве показал, что не все кооперативы имеются в реестре Минсельхоза РФ: у трети из них есть собственный веб-сайт, чтобы потребителям было удобней делать заказы и производить оплату в онлайн-режиме (таблица).

Использование кооперативами возможностей интернета

Кооператив	Наличие организации				Сайт	Возможность	
	в реестре МСХ РФ	в реестре РК	на сайте СОЗ			онлайн-заказ	онлайн-оплата
			в реестре	презентация			
СПК «Успех»	Да	да	Да	Нет	Нет	Нет	Нет
СПоК «Минор»	Нет	Да	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет
СПК «Терруар»	Да	Да	Да	Нет	Да	Да	Да
СПК «Сельхозартель «Первомайский»»	Да	Да	Да	Нет	Да	Да	Да
СПСК «Мирошник»	Да	Да	Да	Нет	Нет	Нет	Нет
СПШСК «Союз органических фермеров Кубани»	нет	Нет		Да	Да	Да	Да

Однако некоторые кооперативы, такие как СПК «Терруар», СПК «Сельскохозяйственная артель „Первомайский“» и СПШСК «Союз органических фермеров Кубани», создали информативные и удобные для покупателей сайты, где можно осуществлять заказы, оплачивать товары и получать их. Этот подход привел к увеличению выручки, сокращению времени доставки продукции, расширению рынка и привлечению новых покупателей, что в итоге способствует повышению оборачиваемости продукции [3]. Кооперативы РФ адаптируются к новому цифровому пространству и успешно используют потенциал для развития и роста. Использование ИКТ становится жизненно важным для кооперативов, обеспечивая им каналы для сотрудничества и расширения их операций на рынке. Возможность находить новых клиентов и партнеров через Сеть делает ИКТ неотъемлемой частью стратегии роста для кооперативных организаций.

Список литературы

1. Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации Российской Федерации за 2022 год / Центросоюз. — Москва, 2023.
2. Ткач, А. В. Предпринимательство в системе потребительской кооперации России / А. В. Ткач, А. Н. Малолетко // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики: научно-теоретический журнал. — 2020. — № 3. — С. 24–34.
3. Шаркова, А. В. Трансформация предпринимательской деятельности: новые технологии, эффективность, перспективы / А. В. Шаркова, Л. Б. Веселовский. — Москва : Дашков и К^о, 2021. 374 с.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ БРЕНДИНГ КАК ФАКТОР ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТРАНСГРАНИЧНЫХ РЕГИОНОВ

Д. А. Байханова, обучающийся, Л. М. Давиденко, канд. экон. наук, доцент,
И. Н. Шамрай, канд. экон. наук, доцент
Торайгыров университет (ТоУ), г. Павлодар, Казахстан
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
davidenkolm@gambler.ru

В данной работе рассмотрены преимущества экологического брендинга как фактора наращивания инвестиционной привлекательности трансграничных регионов. Цель исследования — рассмотреть механизмы ESG-трансформации и экологического брендинга на уровне трансграничных регионов.

Ключевые слова: экологический брендинг, устойчивое развитие, ESG-трансформация, экономика промышленности.

Данное исследование выполнено при финансовой поддержке Комитета науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан (грант № AP19 676 924 «Разработка технологии и продвижение экологического брендинга промышленного комплекса региона»); в рамках Международного научного проекта «ESG-трансформация и экологический брендинг трансграничных регионов» на материалах Новосибирской обл. РФ и Павлодарской области РК.

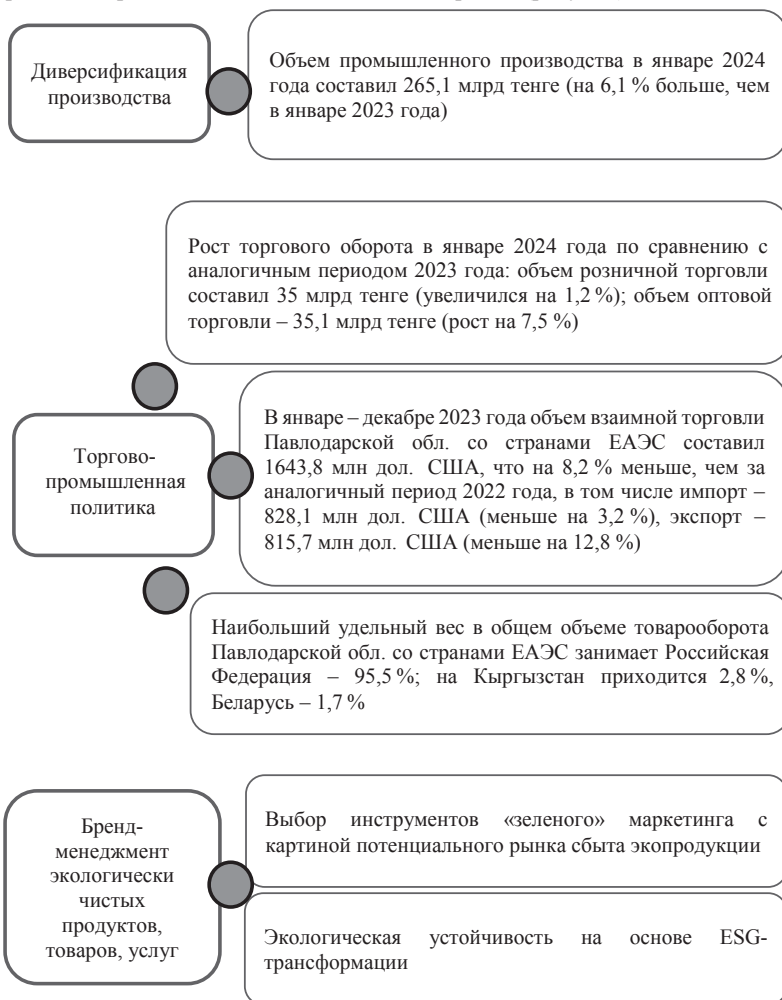
Мировой тренд к энергетическому переходу и глобальная ESG-трансформация являются сигналами для современных компаний к усилению звеньев цепочки «зеленые» технологии — «зеленый» продукт. Поэтому возрастает актуальность исследований, связанных с разработкой и продвижением экологического брендинга промышленной продукции и сопутствующих услуг трансграничных регионов в контексте ESG-принципов, реализация которых обусловлена необходимостью смягчения проблемных зон инвестиционной привлекательности. А именно:

- преодоление недостатков системного подхода технологической интеграции экологически чистых низкоуглеродных производств с последующей сертификацией в соответствии с мировыми стандартами;
- усиление механизмов продвижения знаний об экологических продуктах;
- создание универсальной технологии экологического брендинга продукции и практики принимаемых решений.

Для устойчивого развития экономики глобальное значение приобретает инвестиционная привлекательность, которая в последние годы из категории характерных особенностей состояния и развития отдельных субъектов хозяйствования перешла в форматы межрегионального и международного управления [1]. Вследствие необходимости технологического рывка менеджеры рассматривают интегрированные хозяйственные структуры для создания новых

рабочих мест и улучшения региональной инфраструктуры. В любом случае инвестиционная привлекательность приобретает «свойства инклюзивного товара», способного многократно увеличивать приток «зеленых» инвестиций, квалифицированной рабочей силы и технологий последнего поколения. При этом экологический брендинг производимой продукции становится основополагающим фактором инвестиционной привлекательности трансграничных регионов [2].

Практика показывает, что инвестиционная привлекательность региона сопряжена с процессами экономической интеграции (рисунок).



Факторы инвестиционной привлекательности Павлодарской области [3]

Говоря о притоке капитала в Павлодарскую область как трансграничный регион, можно отметить положительную тенденцию роста: инвестиции в основной капитал в январе 2024 года составили 24,5 млрд тенге, что на 21,2 % больше, чем к соответствующему периоду 2023 года [3]. Можно сделать вывод, что Павлодарская область использует потенциал трансграничного региона и, несмотря на изменение внешних факторов, сохраняет преимущества производственно-технологического роста.

Для развития партнерских отношений между хозяйственными субъектами представляется целесообразным совершенствование системы управления инвестиционной привлекательностью компаний региона, так как именно предприятия находятся в центре деловой конъюнктуры и образуют технологические цепочки, основанные на принципах добавления стоимости к вновь создаваемым продуктам. На сегодняшний момент в качестве потенциальных партнеров для заинтересованных сторон могут выступить 17 368 единиц зарегистрированных в Павлодарской области юридических лиц, в том числе 14 705 единицы (около 85 % всех зарегистрированных субъектов) — это представители малого и среднего предпринимательства [3].

Для обеспечения устойчивого развития в сочетании с механизмами экологического брендинга промышленной продукции трансграничных регионов важно продвигать экономику знаний. В целях инновационно-технологического роста между Сибирским университетом потребительской кооперации (г. Новосибирск, Российская Федерация) и Торайгыров университетом (г. Павлодар, Республика Казахстан) разработан и утвержден Меморандум о научном сотрудничестве, базирующийся на подготовке и проведении совместных научно-исследовательских проектов, внешней академической мобильности молодых ученых, а также для реализации передовых научных исследований в наиболее приоритетных отраслях науки.

Список литературы

1. Шамрай, И. Н. Инвестиционная привлекательность регионов в условиях современных вызовов / И. Н. Шамрай, Л. М. Давиденко, И. В. Нитяго // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. — 2023. — № 1 (43). — С. 24–36. — DOI 10.48642/8178.2023.89.97.003.
2. Давиденко, Л. М. Инвестиционная привлекательность региона: управленческие аспекты / Л. М. Давиденко, С. А. Канавец // Вестник Торайгыров университета. Экономическая серия. — 2023. — № 3. — С. 27–37. — DOI 10.48081/HCQ9407.
3. Статистика регионов Республики Казахстан. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [Электронный ресурс]. — URL: <https://stat.gov.kz/ru/region/pavlodar/> (дата обращения 01.03.2024).

СЕВЕРНЫЙ ЗАВОЗ: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

А. С. Богданова

Научный руководитель: О. В. Колодяжная, *старший преподаватель*
Сибирский государственный университет водного транспорта (СГУВТ),
г. Новосибирск, Россия
sasha2005bogdanova@yandex.ru

В данной работе проведен анализ обеспечения территорий Крайнего Севера необходимыми товарами в рамках проекта северного завоза. Рассмотрены основные схемы логистики и направления развития северного завоза.

Ключевые слова: северный завоз, северный морской путь, участники северного завоза, грузы северного завоза, единый морской оператор.

Российский Крайний Север и приравненные к нему территории географически занимают больше половины площади страны, примерно 11 млн кв. км и являются местом проживания более 2 млн человек, т. е. около 52 % всего населения Арктики. Северные районы имеют большое значение в развитии национальной экономики из-за большого сосредоточения ресурсного потенциала России.

Правительство РФ впервые утвердило список территорий, на которые будут распространяться меры северного завоза. Это следующие регионы: все острова Северного Ледовитого океана и его морей, острова Берингова и Охотского морей, Республики Алтай, Бурятия, Карелия, Коми, Тыва, Саха (Якутия), Забайкальский, Красноярский, Приморский, Хабаровский, Камчатский, Пермский края, Амурская, Архангельская, Иркутская, Магаданская, Мурманская, Сахалинская, Томская, Тюменская области, Ненецкий, Ханты-Мансийский (Югра), Чукотский, Ямало-Ненецкий автономные округа, Еврейская автономная область. Все острова Северного Ледовитого океана и его морей, а также острова Берингова и Охотского морей объединены в единый регион [1].

Произведено районирование обозначенных территорий Крайнего Севера по периоду транспортной доступности. Таких групп получилось четыре. В группу наименее доступных по времени территорий (менее трех месяцев) входит 38 районов, например северные районы Красноярского края. Вторая группа (включает 61 район) предполагает возможность завоза грузов от трех до шести месяцев в году. Это Таймырский полуостров, Магаданская область и Камчатка, которые зависят от морской навигации. Территории, обеспеченные доступом транспорта от шести до девяти месяцев (их 12), относятся к третьей группе. Это такие районы, как север Томской и Сахалинской областей, транспортная доступность которых увеличивается за счет навигации по судоходной реке Обь и Охотскому морю. В четвертую группу вошли 163 района, частично обеспеченных железнодорожным и автомобильным транспортом, длительной навигацией по реке или морю.

Северный завоз — комплекс мер, необходимых для обеспечения регулярного снабжения товарами первой необходимости районов Крайнего Севера и приравненных к ним местностей [5]. Важность этих мер обусловлена холодным климатом территорий, блокирующим развитие транспортной инфраструктуры. Промышленные районы удалены друг от друга на тысячи километров, поэтому отсутствие автомобильных и железных дорог затрудняет снабжение территорий Севера всеми необходимыми товарами. При этих условиях оптимальным способом доставки грузов является транспортировка из южных регионов России, осуществляемая с помощью федерального бюджета государства [5].

Завоз осуществляется в основном речным и морским транспортом по Северному морскому пути (СМП). Система снабжения по СМП обеспечивает жизненно важными товарами 206 муниципальных районов с населением более 3 млн человек. Ежегодно в регионы перевозят около 3,3 млн т груза. Основные порты СМП: Мурманск, Архангельск, Игарка, Дудинка, Тикси, Певек и др. [2].

Выполнен анализ некоторых маршрутов, по которым осуществляется отправка грузов в северные районы РФ. Наиболее важными логистическими направлениями являются Ненецкий автономный округ, Хабаровский и Красноярский края, Республика Саха (Якутия).

Ненецкий автономный округ: ежегодно по Белому и Баренцеву морям или по рекам Печорского бассейна доставляется 21 тыс. т каменного угля, около 10 тыс. кубометров дров и около 8 тыс. т дизельного топлива.

В Хабаровском крае энергоресурсы направляются в Аяно-Майский, Охотский, Тугуро-Чумиканский, Нанайский и Ульчский районы. Таким образом, по северному завозу в отдаленные районы Хабаровского края доставлено около 42,4 тыс. т топлива, в том числе 19,4 тыс. т угля и 23 тыс. т нефтепродуктов.

Ежегодно в северные районы Красноярского края завозятся: уголь в Таймырский, Долгано-Ненецкий, Туруханский районы в объеме 71,4 тыс. т, нефтепродукты в Туруханский и Эвенкийский районы в объеме 21,3 тыс. т, сырая нефть в Эвенкийский район в объеме 12,2 тыс. т.

Осуществление северного завоза в Якутию довольно сложное, предполагает использование двух видов транспорта. Все необходимое для республики доставляется по железной дороге в поселок Усть-Кут на берегу реки Лены. В Осетровском речном порту (через который проходит до 80 % грузооборота северного завоза) грузы перегружаются на суда класса «река–море». Суда, перевозящие грузы для северных регионов, спускаются по Лене, выходят в море и по морскому участку заходят в устья рек Анабар, Оленек, Яна, Индигирка, Колыма, где происходит еще одна перевалка — на суда меньшей осадки для доставки грузополучателям. Протяженность судоходных водных путей в Республике Саха (Якутия) составляет 16 520 км речных и 2 963 км морских путей, что сказывается на эксплуатационных показателях деятельности предприятий водного транспорта. Водные пути Якутии составляют порядка 20 % внутренних водных путей России. Стоимость завоза грузов морским транспортом намного выше, чем стоимость перевозок речным транспортом по северным рекам, поскольку морские перевозки имеют более длительные маршруты,

а затраты на топливо достигают 83 % от общей стоимости перевозки. Следовательно, большая часть грузов отправляется по рекам.

Отправление грузов северного завоза внутренним водным транспортом по годам составило: 2015 год — 20,4 млн т, 2016 год — 21,9 млн т, 2017 год — 17,4 млн т, 2021 год — 17,5 млн т, 2022 год — 17,6 млн т. Данные свидетельствуют об отсутствии устойчивой положительной динамики отправления грузов для северного завоза, что можно связать с вопросом пересыхания сибирских рек.

В проекте северного завоза выделяется две основные категории грузов:

1) грузы первой категории — грузы, необходимые для обеспечения жизнедеятельности населения и стабильного функционирования организаций социальной сферы, жилищно-коммунального хозяйства и энергетики (социально значимые продовольственные товары, непродовольственные товары народного потребления первой необходимости, лекарственные средства, медицинские изделия, специализированные продукты лечебного питания, топливно-энергетические ресурсы, горюче-смазочные материалы);

2) грузы второй категории — грузы для государственных и муниципальных нужд (за исключением грузов первой категории) [1].

Перспективы формирования грузовой базы на четыре года северного завоза разделены на пять основных направлений, представленных в таблице.

Основные направления формирования грузовой базы

Направление	Объем грузоперевозок	
	тыс. т	удельный вес, %
«Новатэк», в том числе:	35 500	44,4
«Ямал СПГ»	20 000	
«Арктик СПГ-2»	14 700	
«Обский СПГ»	800	
ПАО «Роснефть»	30 000	37,5
ПАО «Газпром»	6 700	8,4
«Норильский никель»	1 700	2,1
«АЕОН»	3 800	4,7
Северный завоз	2 300	2,9
Итого	80 000	100,0

Из таблицы видно, что основную долю (около 45 %) занимают проекты компании «Новатэк». На втором месте по грузовой базе находится публичное акционерное общество «Роснефть» (37,5 %).

Для осуществления северного завоза создается единый морской оператор, который определяется Правительством Российской Федерации сроком на пятнадцать лет. Единый морской оператор северного завоза призван осуществлять регулярные каботажные перевозки грузов северного завоза между морскими портами как самостоятельно, так и с привлечением третьих лиц [1].

Развитие северного завоза способствует обеспечению жителей северных регионов необходимыми товарами и продуктами для качественной жизни; помогает поддерживать экономику и инфраструктуру в этих районах и в целом в стране, а жителям доступ к товарам, необходимым для повседневной жизни и развития.

Список литературы

1. О северном завозе: федеральный закон от 04.08.2023 г. № 411-ФЗ // Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
2. Северный морской путь [Электронный ресурс]. — URL: <http://government.ru/news/40660/> (дата обращения: 18.02.2024).
3. Соколов, Ю. И. Риски северного завоза // Проблемы анализа риска. Т. 16. — 2019. — № 4. — С. 32–47.
4. Порты Северного морского пути [Электронный ресурс]. — URL: <https://umcshipping.ru/article/porty-severnogo-morskogo-puti/> (дата обращения: 18.02.2024).
5. Пиль, Э. А. Анализ северного завоза и варианты его реализации // Цифровая наука. — 2021. — С. 42–45.

ESG КАК ИНДИКАТОР УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

М. А. Борзенко, *обучающийся*, Д. И. Кравцов, *канд. филос. наук, доцент*,
А. А. Анникова, *преподаватель*
Красноярский кооперативный техникум экономики, коммерции и права
(ККТЭКиП),
г. Красноярск, Россия
malahovaanna@mail.ru

В статье рассмотрены критерии оценки устойчивого развития хозяйствующих субъектов и регионов. Приведены методики ESG-рейтингования, применяемые в практике современного управления и аналитики. Показано, какие тенденции характерны для данной оценки устойчивости развития хозяйствующих субъектов.

Ключевые слова: критерии ESG, эффективность управления, устойчивое развитие.

Для устойчивого социально-экономического развития регионов важно соблюдение ряда показателей, которые отражают сбалансированность всех подсистем управления территориями: аспекты социальной, экономической, инвестиционной, инновационной политик, что наиболее полно учтено в концепции ESG. Стандарты ESG являются ориентирами деятельности и выступают критериями оценки хозяйствующих субъектов всех уровней: предприятий, организаций и целых территорий, в связи с чем важно исследовать особенности рейтингования регионов на основе данной методологии [1, 2].

Целью данной статьи является анализ ключевых методик и выявление трендов рейтингования регионов на основе стандартов ESG в условиях современной парадигмы устойчивого социально-экономического развития.

Необходимо отметить, что изначально цели устойчивого развития были заявлены в резолюциях ООН и включали 169 показателей, по которым предлагалось оценивать ключевые направления преобразования современного мира на перспективу до 2030 года. Далее выделилась концепция ESG, основанная на исследовании ряда показателей по группам экологической (E), социальной (S) и управленческой (G) составляющим [1, 3].

При этом методология ООН предполагает возможность дополнения необходимых показателей на основе данных, которые содержатся в национальной статистической информационной системе.

Особенностью отечественного ESG-рейтингования является то, что единой общепринятой методологии на сегодняшний день не выработано, существуют различные подходы авторитетных рейтинговых агентств, которые присваивают ESG-рейтинги как отдельным хозяйствующим субъектам, так и регионам. Это такие агентства, как «Эксперт РА», «Национальное рейтинговое агентство», Агентство стратегических инициатив и другие [1, 3, 4].

По состоянию на январь 2024 г. доступны следующие итоги ESG-рейтингования (рис. 1).

Объект	Рейтинг	Прогноз	Обновлен
МКПАО "ОК РУСАЛ"	ESG-II(B)	Стабильный	29.01.2024
МКПАО "ЭН+ ГРУП"	ESG-II(B)	Стабильный	29.01.2024
АО "ИНК-КАПИТАЛ"	ESG-III(A)	Стабильный	29.12.2023
▲ ПАО "АК БАРС" БАНК	ESG-II(B)	Стабильный	29.12.2023
АО "ДОМ.РФ"	ESG-II(A)	Стабильный	28.12.2023
АО "НОВОСИБИРСКЭНЕРГОСБЫТ"	ESG-III(C)	Стабильный	27.12.2023
ПАО "МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК"	ESG-II(C)	Стабильный	27.12.2023
ПАО УК "ГОЛДМАН ГРУПП"	отозван	—	19.12.2023
ПАО "ПОЛЮС"	ESG-II(B)	Стабильный	14.12.2023
АКБ "АЛМАЗЭРГИЭНБАНК" АО	ESG-III(B)	Стабильный	05.12.2023
ООО СК "СБЕРБАНК СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ"	отозван	—	13.11.2023
ПАО "СИБУР ХОЛДИНГ"	ESG-II(B)	Стабильный	27.10.2023
ПАО "ГМК "НОРИЛЬСКИЙ НИКЕЛЬ"	ESG-III(A)	Стабильный	21.09.2023

Рис. 1. Рейтинг «Эксперт РА» по состоянию на январь 2024 г.

В рейтинге АКРА также можно обнаружить ряд компаний с высоким рейтингом, которые фигурируют в топ-списке «Эксперт РА», например, ПАО «Полюс» (рис. 2).

Объект	Оценка	Сектор	Пресс-релиз
ООО «ДЕЛОПОРТС»	ESG-C	Корпоративный сектор	23 янв 2024
ПАО «РусГидро»	ESG-B	Корпоративный сектор	29 дек 2023
ПАО «ТрансКонтейнер»	ESG-B	Корпоративный сектор	27 дек 2023
ПАО «ПОЛЮС»	ESG-B	Корпоративный сектор	20 дек 2023
ООО «КОРПОРАТИВНЫЙ ЦЕНТР ИКС 5»	ESG-B	Корпоративный сектор	18 дек 2023
ПАО «ТМК»	ESG-B	Корпоративный сектор	11 дек 2023
ПАО «ГК «САМОЛЕТ»	ESG-B	Корпоративный сектор	28 ноя 2023
АО «ТТЛК»	ESG-B	Лизинг	30 окт 2023
ПАО «Интер РАО»	ESG-B	Корпоративный сектор	16 окт 2023

Рис. 2. Рейтинг АКРА по состоянию на январь 2024 г.

Агентство RAEX приводит итоги рейтингования регионов по состоянию на 2021 год (рис. 3).

ESG-ранкинг субъектов РФ

• Рейтинг Аналитика Методика

№ п/п	Название субъекта	E п/п	S п/п	G п/п
1	Ленинградская область	13	9	3
2	Санкт-Петербург	54	4	2
3	Москва	37	5	5
4	Республика Татарстан	61	16	1
5	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	48	8	4
6	Липецкая область	7	14	24
7	Курская область	11	21	13
8	Тюменская область (без автономных округов)	24	17	7
9	Свердловская область	15	25	11
10	Московская область	36	6	34

Рис. 3. Итоги рейтингования регионов RAEX

Интерес представляет методика определения рейтинга ESG, предлагаемая МГИМО. Так, по версии МГИМО, исключен показатель четырнадцатой цели устойчивого развития, поскольку большинство регионов не имеют выхода к морским путям. А также, ввиду отсутствия данных в национальной статистике по современным источникам энергии, в их методологии также отсутствуют показатели семнадцатой цели устойчивого развития. Есть и другие новации, такие как переход преимущественно на относительные (подушевые) показатели регионального социально-экономического развития, глубина анализа продолжительностью четыре года, использование статистики «верхнего» уровня по укрупненным регионам.

Фрагмент итогов рейтинга регионов до медианного значения приведены на рис. 4.

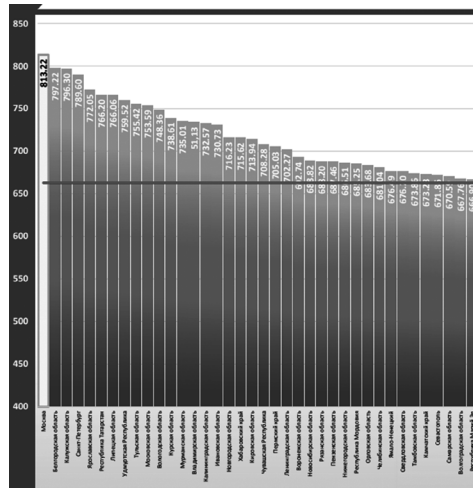


Рис. 4. ESG-рейтингование субъектов РФ по методологии МГИМО по итогам 2019–2022 гг. [5]

В региональном аспекте полученные результаты могут использоваться для выработки ключевых направлений социально-экономических стратегий, для оценки инвестиционной и социальной привлекательности регионов с точки зрения перспектив развития бизнеса и качества жизни населения.

Список литературы

1. Малахова, А. А. ESG-рейтинг как инструмент оценки деятельности хозяйствующих субъектов / А. А. Малахова // Инновационные технологии на железнодорожном транспорте: труды XXVI Всероссийской научно-практической конференции, Красноярск, 3 ноября 2022 года / Редколлегия: В. А. Поморцев (отв. ред.) [и др.]. Том 2. — Красноярск: Красноярский институт железнодорожного транспорта — филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Иркутский государственный университет путей сообщения», 2022. — С. 28–34. — EDN NOPEJS.
2. Малахова, А. А. Внедрение стандартов ESG как вектор устойчивого развития хозяйствующих субъектов / А. А. Малахова, О. Ю. Серикова // Экономика и предпринимательство. — 2023. — № 9 (158). — С. 1377–1389. — DOI 10.34925/EIP.2023.158.09.268. — EDN OVGFAQ.
3. Малахова, А. А. Региональная инвестиционная политика как инструмент сглаживания диспропорций региональных экономических систем / А. А. Малахова // Инновационные технологии на железнодорожном транспорте: труды XXVII Всероссийской научно-практической конференции КрИЖТ ИрГУПС, Красноярск, 03 ноября 2023 года. — Красноярск: Иркутский государственный университет путей сообщения, 2023. — С. 84–88. — EDN FZGYQU.
4. Экономические и технологические процессы: современные подходы : коллективная монография / А. В. Архипенко, С. Н. Бегеретова, М. И. Глухова [и др.]; Под общей редакцией А. С. Квасова. — Сочи : ОЧУВО «Международный инновационный университет», 2021. — 156 с. — ISBN 978-5-6043682-7-5. — EDN IPLZMG.
5. РАМИ. Ренкинг устойчивого развития регионов РФ»23. — URL: https://mgimo.ru/about/news/departments/xv-risa-russia-esg-ranking-23/?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google.com (дата обращения: 10.02.2024).

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ТРУДА МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

Ю. В. Васильева

Научный руководитель: Л. В. Аврамчук, *преподаватель*
Уральский государственный экономический университет (УрГЭУ),
г. Екатеринбург, Россия,
l.v.avramchuk@usue.ru

В данной работе рассмотрен рынок молодых специалистов как экономическая категория. Цель исследования — выявление тенденций изменения функционирования рынка труда молодых специалистов в настоящее время. Актуальность темы исследования: молодые специалисты являются важным элементом рыночной экономики, но чаще других групп трудовых ресурсов сталкиваются с проблемами трудоустройства. Их практические знания недостаточны, а амбиции завышены. Они хотят сразу много зарабатывать и сделать практически мгновенную карьеру.

Ключевые слова: молодые специалисты, рынок труда, молодежная кадровая политика, экономическое поведение.

Рынок труда — это одна из ключевых сфер экономики, которая влияет на жизнь каждого человека. Анализ определения рынка труда была актуальной темой для исследования среди классиков экономической мысли.

Рождение рынка труда — амбициозная задача модификации социально-экономических отношений. Научное понимание «рынок труда» рассматривалось издавна. В конце XVIII века на заре индустриальной революции рабочая сила была еще более востребованной, требования к ней возрастали, а спрос на нее с каждым днем все повышался. Понятие «рынок труда» можно найти в трудах известных классических экономистов, таких как Д. М. Кейнс, А. Смит, Д. Рикардо, К. Маркс, Джон Р. Коммонс и другие.

Родоначальником теории трудовой стоимости является Адам Смит, им была предложена новая модель рынка труда. Согласно Смиту, рынок труда саморегулируется, и цены на труд будут определяться спросом и предложением. Он считал, что если правительство не будет вмешиваться в рынок труда, то экономика будет процветать. В сформированной модели «Экономического человека» А. Смита, можно увидеть несколько основных принципов его концепции [1, с. 45]:

1. Экономическое поведение рабочей силы формируется индивидуальной заинтересованностью.

2. Участники хозяйственной деятельности должны владеть классификацией в собственных делах.

3. Человеку необходимо в первую очередь учитывать классовые отличия, а не искать надежность сегодняшнего благосостояния.

Д. Рикардо развил и уточнил идеи своих предшественников в области экономической теории. Он исследовал вопросы торговли, в том числе международной, включая проблемы экспорта и импорта, баланса торговли и обменного

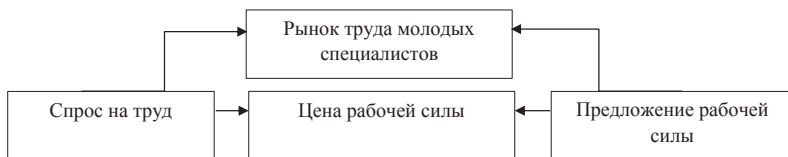
курса валют. Кроме того, он активно изучал вопросы трудовой экономики и трудовых отношений. В своих работах Рикардо доказывал, что заработная плата зависит от уровня жизни рабочих и относительной продуктивности труда. Он утверждал, что повышение заработной платы может привести к снижению прибыли предпринимателей и, следовательно, уменьшению инвестиций и экономического роста в целом.

Карл Маркс рассматривал рынок труда как инструмент эксплуатации рабочего класса. Он полагал, что капиталисты используют свою власть для установления низких заработных плат и выгодных условий труда. Маркс считал, что рабочие должны объединяться и бороться за свои права, чтобы противостоять капиталистам. Он предлагал создать социалистическое общество, где рабочие будут иметь контроль над производством и распределением богатства. Он определял наемный труд как форму эксплуатации, поскольку работники получают за свой труд только долю стоимости, необходимой для их выживания, а оставшуюся часть прибавочной стоимости забирает предприниматель в виде прибыли. Он утверждал, что за счет эксплуатации рабочего класса капиталисты получают доход и накапливают капитал, что приводит к неравенству в обществе и усугубляет проблему бедности и безработицы. Кроме того, он разработал теорию закона падающей нормы прибыли, которая объясняет, почему капиталисты постоянно ищут новые способы снижения затрат на производство, что может привести к сокращению рабочих мест и увеличению безработицы.

Современные молодые специалисты более подвержены переменчивости своих убеждений, желаний и стремлений. Поэтому они не очень выгодны работодателям с точки зрения перспективы работы на эту компанию. Если же посмотреть с другой стороны, то молодые кадры более мобильны, гибки и нетерпимы в принимаемых решениях. Они быстрее приспосабливаются к новой среде, менее болезненно, чем более старшее поколение. Они больше озабочены саморазвитием и постоянным духовным ростом за счёт прохождения различных тренингов, мастер-классов. Они нетерпимы и из-за этого находят всё более новые способы решения поступающих задач. Современная молодежная кадровая политика, возможно, сложнее, чем когда-либо. В эру ошеломительной технической инновации, глобализации рынков и новых форм социальной организации молодежная кадровая политика обязана развиваться в соответствии с этими изменениями и учитывать новые требования и возможности. Целью молодежной кадровой политики является не только достижение конкретных сроков и привлечение талантливых работников, но также и удовлетворение этих работников, построение сильной и здоровой команды и увеличение производительности. Молодежная кадровая политика должна учитывать множество факторов, таких как образование, карьерные планы, перспективы и место работы, чтобы привлечь и удержать лучших работников на рынке.

В научной литературе не отражаются элементы рынка труда молодых специалистов, нет единого подхода в рассмотрении цены, спроса и предложения на труд молодых специалистов, конъюнктур рынка труда молодых специалистов сама формирует определенные элементы [2, с. 64].

Элементы рынка труда требуют корректировки с учетом внесения рынка труда молодых специалистов как специфический сегмент (рисунок).



Основные элементы рынка труда молодых специалистов

Неравновесие между предложением и спросом на рынке труда может быть обусловлено различными демографическими факторами, которые влияют на стабильность показателей. В настоящее время многие работодатели предъявляют повышенные требования к возрастным ограничениям потенциальных сотрудников. При приеме специалистов на работу учитывается их пол. Как правило, предпочтение отдается мужской части населения (80 % ситуаций). По возрасту чаще всего ограничивают прием на работу людей от 20 до 35 лет. Такие ограничения могут вызывать усиление трудовой миграции и повышенный спрос на определенные вакансии [3, с. 12].

Молодые люди в современном обществе представляют достаточно важный рыночный трудовой субъект. При этом сама молодежь получает возможность оценить ситуацию в экономике, приобрести опыт трудоустройства, изучить уровень занятости сотрудников, ознакомиться с теми требованиями, которые выдвигает государство к предпринимательской деятельности. Для молодых людей трудоустройство является идеальной возможностью приобрести определенный материальный доход, общественные и производственные навыки.

Если изучить специфику фундаментального характера, которая присуща молодежному рынку труда, становятся очевидными другие важные особенности. Во-первых, данная специфика описывает функционирование молодежного трудового рынка и закономерности развития, рассматривая его как отдельный сегмент трудового рынка. Его особенности заключаются в нестабильном спросе, вызванном изменчивостью и неустойчивостью профессиональных предпочтений молодежи. Это приводит к нестабильности в предложении трудовых и профессиональных услуг. Во-вторых, экономическая и социальная неопределенность. Данная ситуация усугубляется тем, что молодежь сталкивается с разными проблемами социального и экономического характера. В основном они связаны с тем, что у молодых людей меняются жизненные условия, политического, культурного и социального плана. Это становится причиной кризисов, с которыми сталкивается молодежь в процессе самоопределения с личностной и профессиональной точки зрения.

Третья особенность молодежного трудового рынка — он имеет сбалансированную структуру. Нестабильность отмечается в спросе и в предложении трудовых услуг. Это основано на двух важных причинах. Первой является то, что в то время, когда молодые люди принимают ориентационные профессиональные

решения, они не могут грамотно спрогнозировать развитие конъюнктуры трудового рынка. Вторая причина заключается в том, что данная ситуация не связана с изменением цены на трудовые услуги, т. е. не зависит от динамики заработной платы.

С ростом конкуренции и развитием рыночных отношений значимость молодых, профессионально подготовленных сотрудников будет значительно возрастать. Это, в свою очередь, приведет к увеличению трудоустройства молодежи. Опыт отечественных и мировых рынков труда подтверждает тенденцию к увеличению продолжительности обучения и более позднему вступлению молодых людей в активную трудовую деятельность. Данный исследовательский аспект является достаточно актуальным. Причина в том, что молодые люди являются будущим потенциалом государства и на них приходится почти 35 % всего современного трудоспособного населения [4, с. 34].

Список литературы

1. Романькова, С. С. Студенческая молодежь как особая социально-демографическая категория / С. С. Романькова // Вестник НГУ. — 2018. — № 1. — С. 35–37.
2. Цикунова, О. А. Рынок труда молодежи: проблемы и пути их решения / О. А. Цикунова // Молодой ученый. — 2021. — № 42 (384). — С. 37–39. — URL: <https://moluch.ru/archive/384/84578/> (дата обращения: 23.05.2023).
3. Настроения молодых специалистов на рынке труда накануне 3 квартала 2022 года : hh.ru. 02.09.2022 [Электронный ресурс]. — URL: <https://ekaterinburg.hh.ru/article/30756>.
4. Рынок труда для молодых специалистов России: Career.ru. URL: <http://career.ru/article/15140> (дата обращения: 30.07.2021).
5. Голенкова З. Т., Голиусова Ю. В. Новые социальные группы в современных стратификационных системах глобального общества // Социологическая наука и социальная практика. — 2023. — № 3. — С. 5–15.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СФЕРЕ ОПЛАТЫ ТРУДА

В. С. Веленгура, *обучающийся*, С. А. Жваненко, *канд. экон. наук*
Азовский государственный педагогический университет (АГПУ),
г. Бердянск, Россия
atevs15@list.ru

В данной работе рассмотрены функции заработной платы, система оплаты труда, современные тенденции оплаты труда. Цель исследования — рассмотреть сущность и значения систем оплаты труда, раскрыть современные тенденции в сфере оплаты труда.

Ключевые слова: заработная плата, минимальный размер оплаты труда, концепция оплаты труда, система оплаты труда, управление, функции.

Человек на начальном этапе своего развития понял, что свой труд можно оценивать. Поначалу это вознаграждение имело натуральную форму, под ней понималась меновая стоимость определенного вида наемного труда за конкретный период времени. Уже со временем человек смог научиться рационально измерять свой труд, и заработная плата как разновидность обмена приобрела коммерческий характер. Взаимоотношения между работодателем и работником строились на взаимной выгоде: возможность натурального обмена перестала быть актуальной, и люди стали искать универсальные платежные средства. Этим платежным средством оказались деньги. Выглядели они по-разному: в зависимости от региона это были камни с отверстиями, жемчужины и другие предметы. Первые бумажные деньги были созданы в 812 г. до н. э. в Китае. В России первые деньги были введены при Екатерине II в 1769 г. [2, с. 103].

Адам Смит был одним из первых экономистов, который поднял вопрос о цене за труд. Он выделял естественную заработную плату, которая формировалась на основе рыночных условий и включала в себя затраты на обеспечение существования рабочего и его семьи. Заработная плата как цена за труд стала объектом более поздних исследований других экономистов, в частности Дэвида Рикардо. Он утверждал, что заработная плата может быть определена также с учетом времени, необходимого рабочему на производство продукции, и издержек на поддержание его квалификации.

Актуальность исследования. Концепция оплаты труда как цены на труд развивалась и со временем стала одной из основных концепций экономической науки. Оплата труда является эффективным инструментом для стимулирования работников для достижения высоких результатов, увеличения производительности, повышения качества и расширения объемов производства.

Методы и инструменты исследования: сравнение, анализ.

Заработная плата — это основной источник дохода трудящегося населения и одна из ключевых составляющих себестоимости производимой продукции. Содержание заработной платы состоит в том, что она является выраженной в денежной единице частью прибыли сотрудников, которая ориентирована на

цели персонального потребления и направлена на распределение затраченных трудовых ресурсов (по количеству, качеству) каждым сотрудником в процессе общественного потребления.

Немецкий экономист Карл Маркс утверждал, что заработная плата является денежным выражением стоимости такого товара, как «рабочая сила», размер которой определяют в соответствии с условиями производства и основными рыночными факторами — спросом и предложением.

Заработная плата выполняет семь функций, которые представлены в таблице.

Функции заработной платы

Название функции	Описание функции
Воспроизводственная	Суть заключается в том, что заработная плата должна быть достаточной для обеспечения работающих людей абсолютным размером дохода, который позволит им поддерживать или улучшать свои жизненные условия, а также иметь возможность восстанавливать силы и продолжать свой род
Стимулирующая	Интерес работника в повышении квалификации растет по мере увеличения его заработной платы после повышения в должности. Высокая заработная плата стимулирует работника к интенсивному и качественному труду
Социальная	Благодаря доходам от трудовой деятельности человек может пользоваться социальными благами (медицинские услуги, получение образования и т. д.), а отчисления с этих доходов гарантируют ему поддержку в старости
Статусная	Трудовой статус работника определяется размером заработной платы. Статусом является положением человека в системе социальных отношений и связей. Сопоставление высокого статуса с собственными трудовыми силами дает возможность судить о справедливости оплаты труда
Производственно-долевая	Эта функция позволяет установить степень стоимости рабочей силы и её конкурентоспособности
Регулирующая	Регулирует распределение рабочей силы по видам деятельности. Позволяет сбалансировать интересы работодателя и работника
Функция формирования платежеспособного спроса работающих по найму	Данная функция позволяет при помощи регулирования величины заработной платы установить соразмерность между товарным спросом и предложением

Работодатель, в соответствии со статьей 133 гл. 2, должен выплачивать заработную плату не ниже минимального размера оплаты труда, если работник честно отработал месяц и выполнил указанный ему объем работ. Важным требованием к оплате труда является её ежегодная индексация, т. е. доведение заработной платы до прожиточного минимума.

Корректная система оплаты труда в современном мире играет значимую роль в управлении трудовыми отношениями.

Практическая значимость исследования заключается в разработке и внедрении современных тенденций эффективной системы оплаты труда.

Выводы и рекомендации. Главной современной тенденцией в сфере оплаты труда выступает то, что оплата труда для работников должна быть справедливой, прозрачной и стимулирующей. Конкурентоспособная система оплаты труда помогает привлечь и удержать квалифицированный персонал, а также повысить эффективность работы организации. Поэтому создание и внедрение эффективной современной системы оплаты труда является неотъемлемым заданием для любой компании.

Список литературы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 30.01.2024) // СПС «КонсультантПлюс».
2. Альперович, В. Л. Оплата труда. — Москва : Альпина Паблишер, 2020. — 352 с.
3. Чернышенко, Ю. В. Оплата труда и стимулирование персонала. — Москва : КноРус, 2019. — 224 с.

ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА В КРАСНОМ МОРЕ НА ФИНАНСОВО-ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПОТОКИ В ЭКОНОМИКЕ

В. С. Гарнец, Д. Е. Барбанакова

Научный руководитель: О. Л. Конюкова, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский государственный университет путей сообщения (СГУПС),
г. Новосибирск, Россия
olyakon14@mail.ru

В данной работе проведен анализ влияния конфликта на Красном море и его последствий на финансово-логистические потоки России в ближайшее полугодие. Описаны проблемы и негативные последствия кризиса как на логистические потоки, так и на экономику в целом.

Ключевые слова: морская логистика, транспортные коридоры, Владивосток, Китай, контейнерные перевозки, рост цен, железнодорожная логистика, финансовые потоки, финансы, логистические цепочки.

Эскалация в Красном море разрушительна как для мировой торговли и логистики в целом, так и для российской в частности. Необходимо учесть, что финансово-логистические потоки уже находятся под воздействием кризиса, связанного с пандемией COVID-19, и экономических санкций, введенных против России в связи проведением специальной военной операции в 2022 г.

Следует отметить, что морские перевозки пандемия затронула в меньшей степени. Нестабильная ситуация повлияла на работу пограничных пунктов, они медленнее стали работать на принятие, выпуск грузов и таможенное оформление. Из-за закрытия некоторых направлений возник дисбаланс порожних контейнеров на морском транспорте, избыток у одних и недостаток у других [4].

Конфликт на Красном море в конце 2023 года для многих начался неожиданно и сейчас, казалось бы, никак не отражается на простых гражданах нашей страны, однако обострение геополитической обстановки приведет к множественным негативным последствиям, таким как рост цен, инфляция, задержка поставок по всему миру и глобальным сбоям.

Так, по данным ЮНКТАД (орган Генеральной Ассамблеи ООН), в результате эскалации в Красном море под угрозой оказалось около 14 % мировой торговли и около 20 % контейнерных перевозок, которые осуществляются через Суэцкий канал. Средняя стоимость перевозок по некоторым маршрутам показала более чем двукратный рост с начала декабря 2023 года.

Красное море, конкретно Суэцкий канал, имеет огромное значение в международной логистике, в частности для России, так как большая часть судов, назначением в Санкт-Петербург, Калининград и Новороссийск идут именно этим путем.

Суэцкий канал является важнейшей артерией в глобальной логистике, и это показала ситуация в марте 2021 года, когда контейнеровоз Ever Given сел на мель. Блокировка может привести к глобальному отставанию контейнеровозов и задержкам в доставке товаров повседневного спроса по всему миру.

Основной транспортный коридор из стран Азии, в частности Китая и Индии, крупнейших импортеров легкой и химической промышленности, машин и различного оборудования, вновь оказался недоступен. Крупные морские линии вынуждены использовать более длинные и более дорогостоящие маршруты, что приводит к повышению фрахтовых ставок, ставок на страхование как минимум вдвое и, как следствие, цен на перевозимую продукцию (рис. 1).



Рис. 1. Изменение маршрута доставки

Предприятия по производству продуктов питания и напитков готовятся к возросшим затратам на топливо, химикаты и упаковку, а также к потере огромного количества скоропортящихся продуктов.

Расплачиваться в итоге придется потребителям, а в тех сегментах, где невозможно быстро повысить цены, за более дорогую логистику компании заплатят снижением рентабельности бизнеса.

При этом сдерживать грядущий рост цен с помощью высоких ставок проблематично. Расплачиваться за это придется снижением показателей экономического роста.

Еще в октябре–ноябре 2023 года морские линии из Китая и Индии находились в равновесии и могли обеспечить необходимый спрос на перевозку. Но в связи с вышесказанным спрос резко возрос, и линии Востока вынуждены поднимать ставки на фрахт, вводить различные надбавки и приобретать новые суда в эксплуатацию. Для сравнения: стоимость доставки одного сорокафутового контейнера из Азии в Северную Европу выросла примерно в 2 раза и достигла 4 тыс. долларов. И цены будут расти: по данным аналитиков, некоторые компании с середины января поднимут цены до 6 тыс. долларов.

Чтобы снизить риски, судоходные компании вынуждены менять свои маршруты: вместо того чтобы пройти через Красное море и Суэцкий канал, они выбирают путь вдоль африканского побережья, что увеличивает срок транспортировки и, соответственно, значительно повышает стоимость перевозки [5].

Конфликт в Красном море вновь поставил вопрос о зависимости мировой торговли от морских «узких мест». В качестве альтернативного маршрута Россия предлагает использовать Северный морской путь (СМП). У этого варианта есть целый ряд преимуществ, в том числе быстрая транспортировка грузов даже в сравнении с Суэцким каналом, наравне с недостатками, такими как дороговизна за счет удорожания оборудования и короткая навигация.

По причине ограничений все большее количество грузовладельцев будет менять маршруты доставки, предпочитая везти морскими линиями до Владивостока, а далее по территории России железнодорожным транспортом (рис. 2).

Не стоит забывать и о железнодорожном транспорте, в частности Транссибирской и Байкало-Амурской магистралях, пропускные возможности которых достаточно небольшие. По данным Минтранса РФ и ОАО «РЖД» на 5 декабря 2023 г., даже с максимальными расширениями и использованием пропускной способности путей спрос превысит возможности магистралей в 1,5–2 раза. Несмотря на постоянные модернизации и большой объем инвестиций, увеличение провозной способности железнодорожных магистралей все равно принципиально ограничено вопросами безопасности, которые неразрывно связаны со сложнейшими условиями рельефа, где проходят строительные работы.



Рис. 2. Развитие сети железных дорог на Дальнем Востоке

Исходя из вышеперечисленных фактов, можно сказать, что нынешнее положение дел в Красном море может оказать существенное воздействие на рынок контейнерных перевозок, динамику цен и логистические маршруты. Например, большинство морских линий будут повышать ставки вне зависимости от маршрута. Хотя последний год ставки оставались предельно низкими, ожидать этого в дальнейшем не стоит. За счет увеличения объемов предполагается увеличение срока доставки железнодорожным транспортом по России. Таким

образом, изменение логистических потоков негативно скажется на финансовой системе, затронув как производственную, так и непроизводственную сферы.

Список литературы

1. Начало конца: кризис в Красном море наотмашь бьет по Европе [Электронный ресурс]. — URL: <https://dzen.ru/a/ZbH5Oc7TaHroHQcM> (дата обращения: 29.01.2024).
2. Barrus Projects о ситуации в Красном море и ее влиянии на логистику [Электронный ресурс]. — URL: <https://seanews.ru/2024/01/10/ru-barrus-projects-o-situacii-v-krasnom-more-i-ee-vlijanii-na-logistiku/> (дата обращения: 29.01.2024).
3. Догонит ли Восточный полигон угольщиков? [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.rzd-partner.ru/logistics/reviews/dogonit-li-vostochnuu-poligon-ugolshchikov/> (дата обращения: 29.01.2024).
4. Конюкова О. Л., Бурлакова Т. В., Баженова М. А. Изменение логистических потоков (цепочек) в период пандемии COVID-19 [Электронный ресурс]. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=48704678> (дата обращения: 04.02.2024).
5. Из-за необходимости обходить Красное море стоимость доставки контейнера возрастает в три раза [Электронный ресурс]. — URL: <https://trans.ru/news/iz-za-neobhodimosti-obhodit-krasnoe-more-stoimost-dostavki-konteinera-vozrastet-v-tri-raza> (дата обращения: 04.02.2024).

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗРАСТНОЙ СТРУКТУРЫ НАСЕЛЕНИЯ КАК ФАКТОРА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА

С. Кэ

Научный руководитель: И. П. Монич, *канд. экон. наук, доцент*
Забайкальский государственный университет (ЗабГУ),
г. Чита, Россия
582205877@qq.com

В настоящее время в условиях усиления глобальной тенденции старения населения изменение возрастной структуры населения стало ключевым фактором, влияющим на структуру национального потребления и экономический рост. Целью настоящей работы является изучение вопроса изменения возрастной структуры населения (решающий фактор потребительского спроса, анализ изменяющейся тенденции, социально-экономическое положение, обсуждение характеристик спроса потребителей различных возрастов и механизм воздействия на общий потребительский спрос с теоретического и эмпирического уровней).

Ключевые слова: возрастная структура населения, потребительский спрос, старение, модель потребления.

THE STUDY OF POPULATION AGE STRUCTURE AS A FACTOR AFFECTING CONSUMER DEMAND

X. Ke

Research supervisor: I. P. Monich, PhD in Economics, associate professor
Transbaikal State University, Chita, Russia
582205877@qq.com

Currently, as the global population aging trend intensifies, alterations in the age structure of the population have emerged as a crucial determinant of national consumption patterns and economic growth. The objective of this paper is to investigate how these demographic shifts come to dominate consumer demand, delve into the evolving patterns of the age structure and their socio-economic context, and subsequently, from both theoretical and empirical perspectives, explore the distinct demand characteristics of consumers across different age groups and their impact on overall consumer demand.

Keywords: population age structure, consumption demand, aging, consumption pattern.

Relevance of the study. Population age structure is an important factor that affects consumer demand.

Purpose of the study. The purpose of this paper is to determine the relationship between population age structure and consumer demand.

Research methods and tools. Literature review is used as a main method.

Zhang Yuzhou (2016): The age structure of urban and rural residents has a significant impact on the consumption structure than the consumption structure of the urban residents; the dependency ratio of children and the elderly increase make people's demand for basic consumption and increasing demand for other consumer goods [1].

Xu Guoxiang, Liu Li (2016): This article selects the annual provincial data of 31 provinces in mainland China from 2001 to 2012, screens six control variables, establishes a dynamic panel model, and uses the one-step systematic GMM estimation method to analyze how the aging population affects the consumption structure of residents. Parametric consistency testing by simultaneous mixed and fixed effects regression showed that our estimated results are robust [2].

Shi Jinfang (2015): The aging of fewer children is an important problem facing many countries, especially developed countries and developing countries with rapid economic growth. China is no exception. The aggravation of the aging of fewer children will have a significant impact on macroeconomic development [3].

Gu Hejun, Zhou Xiaoyue, Zhang Chenyi (2017): China's population structure is changing, and the problems of «fewer children» and «aging» are gradually becoming prominent. The universal two-child policy is an important step in the adjustment and improvement of the birth policy, which will have a profound impact on China's economy and society in the future. At the moment when the government promulgated the «universal two-child» policy, it is of great practical significance to discuss the demographic structure changes brought by the policy and the impact of demographic structure changes on China's housing consumption [4].

Wei Caiyong (2017): The worse the aging of the population in China, the lower the consumption level, and the aging of the urban population is the main reason: the aging trend cannot effectively explain why the consumption level of Chinese residents, customs, culture and other factors can answer this question; the opening up and per capita income are negative correlation with the consumption, the economic transformation is a positive correlation, the real interest rate has no significant impact [5].

Since 1978, China's economy has developed rapidly, with an average annual GDP growth rate of around 10 %, and it has entered the stage of high-quality development. As a developing country with a large population base and an economic development period in transition, it is not easy for China to make such great achievements in just a few decades. However, China's consumption rate, especially the household consumption rate, has been low in recent years, and the overall lack of consumption pull on the economy, which has hindered the transformation process of China's economic growth mode. Among the many factors that affect the household consumption, the population age structure has a direct influence on the consumption. As the aging structure of the population continues to age, this impact will be bigger and bigger, and even affect China's economic transformation and development. So, this paper aims to explore how the change of the age structure of the population becomes the decisive factor of consumer demand, analyze the changing trend of the age structure of the population and its socio-economic background, and then discuss the demand characteristics of consumers of different ages and the impact mechanism on the overall consumer demand from the theoretical and empirical levels.

Practical and (or) theoretical significance of the study. It is of great significance to study the influence of population age structure change on consumer demand for formulating effective economic policy and enterprise market strategy.

Conclusions and recommendations. The change of population age structure is one of the important factors affecting consumption demand. Faced with the challenges of an aging population, the government and enterprises should adopt corresponding strategies, such as optimizing product structure, providing targeted consumer credit support, and strengthening the construction of pension and medical care systems to adapt to changes in the consumer market. At the same time, it is also necessary to pay attention to the consumption potential of the younger generation, and improve their consumption power and quality of life through education and training.

References

1. Empirical analysis of the influence of population age structure change on consumption structure in China. Zhang Yuzhou. Statistics and decision-making. 2016.
2. Statistical test of China's aging population and resident consumption structure. Xu Guoxiang, Liu Li. Statistics and decision-making. 2016.
3. Aging of a small population and sustainable economic development— Japanese experience and its enlightenment to China. Shi Jinfang. Macroeconomic research. 2015.
4. The impact of «universal two-child» and changes in population age structure on housing consumption. Gu Hejun, Zhou Xiaoyue, Zhang Chenyi. China's population, resources and the environment. 2017.
5. Research on the impact of population aging on consumption in China. Wei Caiyong. economic engineer. 2017.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

П. Е. Мадина

Научный руководитель: Л. В. Шикова, *канд. экон. наук, доцент*
Мариупольский государственный университет им. А. И. Куинджи
(МГУ им. А. И. Куинджи),
г. Мариуполь, Россия
p.madina@mgumariupol.ru

В данной работе проведен анализ цифровизации экономики государства в санкционных условиях. Даны направления развития в сфере финансовых технологий.

Ключевые слова: цифровая трансформация, финансовые технологии, банкинг, электронные платежи.

Актуальность. На современном этапе развития мира цифровизация всё больше охватывает области экономики и в целом меняет модели ведения бизнеса. Предприятия и компании повышают свою конкурентоспособность за счет внедрения новых технологий и инноваций, когда для удачного развития требуется трансформировать знания в товары и услуги. Применение цифровых технологий уже стало ключом к росту экономики страны и мира.

Цель исследования: рассмотреть особенности цифровой трансформации экономики Российской Федерации в современных условиях.

Методы и инструменты исследования: анализ, синтез, дедукция, индукция, а также методы статистического анализа.

Практическая значимость исследования заключается в мониторинге актуальной информации о современном состоянии цифровой трансформации экономики для последующей разработки эффективных стратегических направлений ее модернизации.

В Российской Федерации цифровая трансформация экономики поставлена в виде основной цели рационализации государства. Выполнение данной задачи контролируется высшими органами власти. Для этого была разработана и принята общероссийская программа «Цифровая экономика Российской Федерации на 2017–2035 годы». Из документации программы следует, что будет совершенствоваться система управления экономикой: от программно-целевой до программно-прогностической. С интеграцией цифровых технологий произойдет изменение экономического строя, преобразование традиционных торговых площадок, общественных отношений и, как следствие, управление страной в целом. Преимущество будут иметь платформы, использующие цифровые модели и инструменты [5, с. 3].

Основной целью распространения программы цифровизации является формирование в России эффективных организационных и нормативно-правовых условий развития трансформации цифровой экономики при взаимодействии государства, общественного бизнеса, социума для обеспечения

подъема макроэкономики в виде преобразования структуры и системы координирования экономическими активами страны в рамках создания цифровой экосистемы.

Задачи программы:

- гарантировать и поддерживать ведущий уровень нашей страны в условиях всемирного цифрового пространства;
- сформировать эффективную и принципиально новую структуру экономических активов, соответствующих концепции цифровой экономики;
- развивать сферы производства, торговли и услуг на основе успехов цифровой экономики;
- гарантировать сохранение национальной безопасности в области цифровой экономики;
- обеспечивать меры содействия страны в образовании всемирной цифровой экономической системы и всемирного цифрового пространства [2, с. 7].

Последние несколько лет лидером цифровой трансформации считается финансовый сектор экономики. Рычагом подъема стала пандемия COVID-19, которая впоследствии вызвала распространение мобильного банка, системы бесконтактных платежей, электронных сервисов по использованию инвестиционных платформ и т. д. Преобладающие позиции в процессах цифровизации финансовых отраслей занимают крупнейшие банки и страховые организации [1, с. 113].

Можно выделить общий ряд мировых направлений в области финансовых технологий:

1. Финансовые технологии — часть национальной экономики. Нынешние технологии предоставляют возможность предпринимателям вести бизнес из любой точки земного шара, тем самым возрастает соперничество среди национальных организаций.

2. Конфиденциальность данных. С развитием финансового сектора и онлайн-банкинга возросло количество кибермошенничества, поэтому одной из главных задач становится обеспечение безопасности и защищенности не только финансовых операций, но и идентификационных данных клиентов.

3. Кроссплатформенность. На уровне развития сегодняшнего мира мы уже наблюдаем переход привычной нам розничной торговли в интернет-площадки, нераздельной частью которых стали мобильные устройства.

4. Развитие финансовых технологий. Новая ступень в прогрессе финансовых технологий будет переходом к облачным технологиям, которые представляют большую перспективу изменений инфраструктуры и финансовой сферы в целом.

5. Внедрение искусственного интеллекта. Для быстрого взаимодействия с клиентами были созданы и распространены чат-боты, анализ большого количества данных для принятия решений о кредитовании клиентов [2, с. 19–20].

Повысилась значимость электронных платежей. Предполагается, что объем международного рынка к 2026 году вырастет до 13,8 трлн дол. Свой вклад в развитие этой сферы внесли *онлайн-платежи* в розничных продажах. Благодаря уменьшению траты времени потребителей на совершение покупки и надежности в использовании они привели к возрастанию доходов и росту

производительности компаний. В настоящее время по всему миру используются бесконтактные системы платежей, такие как: Apple Pay, PayPal, Samsung Pay, Google Pay и др. Россия постоянно развивается, пример этому — создание своих платежных систем: Mir Pay — приложение для бесконтактной оплаты, которое работает с картами платежной системы «Мир», SberPay — система Сбербанка, также приложения, позволяющие проводить онлайн-оплату только в интернет-магазинах, такие как Yandex Pay, Tinkoff Pay и т. д. В санкционных условиях из-за блокировки NFC-модуля для пользователей iOS возник ряд ограничений, однако отечественные банки представили на рынок платежные стикеры для смартфонов, позволяющие оплачивать товар бесконтактно без использования дебетовых карт [1, с 114].

Российские системы банкинга являются удобными в использовании и преобразуются с каждым днем, занимая лидирующие позиции среди банков мира. Примером цифровизации российских банков можно назвать «Тинькофф Банк» (с 5.7.2024 «Т-Банк»). Агентство цифрового аудита SDI360, проводившее в 2023 году исследование уровня цифровой зрелости банков с учетом глобальных изменений в финансовом секторе за последние 2 года, выдвинул «Т-Банк» на первое место в рейтинге цифровой зрелости розничных банков [4]. «Т-Банк» — единственный банк в России с полностью дистанционным обслуживанием без отделений и третий номер в стране по количеству розничных активных клиентов. Эффективная онлайн-платформа позволяет пользователям решать финансовые операции, не выходя из дома, быстро и качественно. «Т-Банк» первый запустил на банковском рынке России полномасштабный аутсорсинговый колл-центр для малого и среднего бизнеса, позволяющий решать задачи любого уровня сложности. Акции банка вошли в индекс голубых фишек, показывающих их стабильность и ликвидность. Сегодня это уже не просто банк — это целая экосистема, которая развивается каждый день [3].

Выводы и рекомендации. На современном этапе развития Российской Федерации занимает высокие позиции среди стран по трансформации цифровой экономики, преимущественно финансового сектора. Лидирующую ступень удалось достичь за счет продвижения интернет-банкинга и системы электронных платежей. Однако необходимо сделать акцент на улучшение системы защиты персональных данных клиентов в связи с развитием новых видов кибермошенничества. Также стоит отметить, что банкам следует обратить внимание на распространение услуг на освобожденных территориях ЛДНР, Херсонской и Запорожской областей, тем самым улучшив уровень жизни населения и упростив ведение бизнеса предпринимателей.

Список литературы

1. Цифровая трансформация: ожидания и реальность: докл. к XXIII Ясинской (Апрельской) междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 2022 г. / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишневский [и др.]; рук. авт. кол. П. Б. Рудник;

- Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — Москва : ИД ВШЭ, 2022. — 221 с. [Электронный ресурс]. — URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/603838492.pdf> (дата обращения: 16.02.2024).
2. Развитие цифровой экономики в России. Программа до 2035 года. Этап I «Цифровая экономика» [Электронный ресурс]. — URL: <https://spkurdyumov.ru/uploads/2017/05/strategy.pdf> (дата обращения: 16.02.2024).
 3. АО «Тинькофф Банк» : официальный сайт. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.tinkoff.ru/cards/debit-cards/15-years-tinkoff/> (дата обращения: 16.02.2024).
 4. Исследование цифровой зрелости розничных банков — 2023 : SDI360 [Электронный ресурс]. — URL: https://sdi360.ru/banks_23#diagram (дата обращения: 17.02.2024).
 5. Тищенко И. А. Концепция цифровой трансформации экономики промышленности: инновационные подходы и прогнозирование экономического развития: (автореф. дис. ... д-ра экон. наук). — Орел, 2022. — 48 с. [Электронный ресурс]. — URL: https://oreluniver.ru/public/file/defence/a_Tischenko_Irina_Aleksandrovna_20.09.2022.pdf (дата обращения: 17.02.2024).

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ

С. Е. Максимова

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
smmff111@mail.ru

В данной работе рассматривается становление деятельности потребительской кооперации в нашей стране в условиях новых вызовов. Проводится анализ текущей деятельности ПК, выявляются факторы, препятствующие устойчивому развитию, дается прогнозная оценка устойчивого развития потребительской кооперации на 2023–2027 годы.

Ключевые слова: потребительская кооперация, устойчивое развитие, прогноз, вызовы, тенденции.

Актуальность данного исследования заключается в том, что потребительская кооперация занимает важную нишу в экономике нашей страны. В современном мире потребительская кооперация оказывает населению большое количество разнообразных услуг. Именно по этой причине потребительская кооперация является перспективной, социально значимой организационно-экономической формой хозяйствования, в связи с этим актуальным вопросом остается ее устойчивое развитие. Однако в условиях суровой реальности, когда возникают все новые вызовы, сделать это достаточно проблематично.

В соответствии с данной актуальностью поставлена следующая цель исследования — изучение особенностей развития потребительской кооперации России и прогноз ее дальнейшего развития. При выполнении работы использовались следующие методы исследования: наблюдение, анализ, сравнение, метод табличного отображения данных.

Потребительская кооперация прошла большой путь становления. Особое внимание следует уделить нынешнему этапу — этапу экономической трансформации потребительской кооперации в условиях цифровой среды, интеграции и импортозамещения. Именно данный период в новых условиях хозяйствования ПК РФ обеспечивает тенденции и тренды защиты социальных интересов жителей сельских территорий России и работников, которые трудятся в потребительских обществах. Механизм устойчивого развития системы потребительской кооперации в рамках формирования нового информационно-цифрового общества требует поиска решений важнейших организационно-управленческих вопросов для эффективности защиты экономических интересов и удовлетворения потребностей членов-пайщиков.

В период 2016–2022 гг. в нашей стране численность пайщиков потребительских кооперативов значительно уменьшилась. Об этом свидетельствуют данные, представленные на рис. 1.

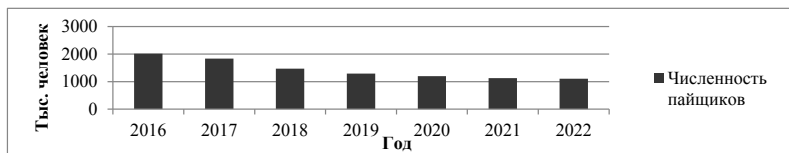


Рис. 1. Динамика численности пайщиков ПК в 2016–2022 гг.
Примечание: составлено автором по данным [2, 3].

Как видно из рис. 1, численность пайщиков с каждым годом снижается. Важнейшим звеном во всей цепи проблем является коренное улучшение работы с пайщиками, без чего нельзя решить остальные задачи. Потребительское общество создается на средства пайщиков для удовлетворения их потребностей при обязательной экономической выгоде.

Кризис, который возник в России, не мог не затронуть деятельность потребительской кооперации. Снижение уровня жизни населения, сокращение доходов населения и покупательной его способности также отразились на объемах оборота розничной торговли. Направления деятельности и объемы потребительской кооперации за прошедший 2022 год изображены на рис. 2.

Торговая деятельность (129,4 млрд руб.)
Производственная деятельность (21,1 млрд руб.)
Закупки мяса, молока и иной сельскохозяйственной продукции, дикорастущего сырья (22,9 млрд руб.)
Платные услуги населению, в том числе бытовое и социальное обслуживание (4,5 млрд руб.)
Общественное питание (11,9 млрд руб.)
Деятельность в сфере образования включает учреждения среднего и высшего профессионального образования

Рис. 2. Объемы деятельности потребительской кооперации системы Центросоюза РФ в 2022 году

Примечание: составлено автором по данным [2, 3].

Конечно же, стоит отметить и пандемию, которая стала еще одним вызовом для потребительской кооперации. В такой непростой период Центросоюз поддерживал региональные потребительские союзы по вопросам поставки продукции на кооперативные склады в регионах, оказывал региональным потребкооперациям антикризисные меры поддержки, установив связь с надежными поставщиками продуктов питания и непродовольственных товаров, которые предлагают качественный ассортимент по конкурентным ценам.

Таким образом, в настоящее время наблюдаются как положительные, так и отрицательные тенденции. Так, например, важным внутренним фактором, препятствующим эффективной деятельности кооперативного сектора экономики, является вымывание из кадрового состава кооперативных организаций и предприятий квалифицированных работников, что, в свою очередь, ведёт к просчетам в деятельности кооперативных предприятий и приводит к принятию ошибочных управленческих решений. К положительной тенденции можно отнести то, что в последние годы российская потребительская кооперация широко

развивает собственное производство сельскохозяйственной продукции [1].

Большую роль в прогнозировании дальнейшего развития потребительской кооперации в нашей стране занимает программа развития системы потребительской кооперации на 2023–2027 годы. Основным элементом новой программы развития является региональная политика. В рамках региональной политики поставлены цели, представленные на рис. 3.

Повышение благосостояния пайщиков и работников, обеспечение трудовой занятости населения
Поддержка и развитие потребительской кооперации в новых субъектах Российской Федерации
Последовательная кадровая политика

Рис. 3. Цели программы развития потребительской кооперации на 2023–2027 гг.

Примечание: составлено автором по данным [2, 3].

Ожидаются следующие результаты, продемонстрированные на рис. 4.

Эффективное взаимодействие внутри кооперации с органами власти и потребителями
Увеличение численности пайщиков системы потребительской кооперации
Повышение совокупного объема деятельности системы потребительской кооперации

Рис. 4. Ожидаемые результаты программы развития потребительской кооперации в 2023–2027 гг.

Примечание: составлено автором по данным [2, 3].

Имея данные Центросоюза о совокупном объеме деятельности организаций потребительской кооперации за 2018–2022 годы, можно сделать прогноз о совокупных объемах деятельности организаций на период 2023–2027 гг. Лучше всего для этого определить средний темп прироста данного показателя за 5 лет. Получаются данные, представленные в таблице.

Прогнозные значения совокупного объема деятельности организаций потребительской кооперации России за 2023–2027 гг., млрд руб.

Показатель	Год									
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Совокупный объем деятельности ПК	216,0	189,6	183,4	189,9	197,5	193,6	189,7	186,0	182,3	178,6

Примечание: составлено автором по данным [2, 3].

Таким образом, средний темп прироста составил 1,9865 %. По данным прогнозным значениям общий совокупный объем деятельности ПК РФ за период 2023–2027 гг. составит 930,2 млрд руб. Подводя итог, можно сказать, что

потребительская кооперация, преодолевая все сложности пути, доказала свою востребованность и важность в современных условиях. Значит, она сможет стабильно развиваться и существовать и в условиях новых вызовов.

Список литературы

1. Валигурский Д. И., Арустамов Э. А. Предпосылки формирования стратегически безопасного продовольственного рынка Российской Федерации // Вестник евразийской науки. — 2018. — Т. 10, № 3. — С. 11.
2. Центросоюз Российской Федерации [Электронный ресурс]. — URL: <https://rus.coop/> (дата обращения: 16.02.2024).
3. Центросоюз подвел итоги пятилетки [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.retail.ru/news/tsentrosoyuz-podvel-itogi-pyatiletki-17-fevralya-2023-225917/> (дата обращения: 16.02.2024).

РИСКИ И УГРОЗЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

К. А. Мозер, Е. О. Бакарасов

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
kira.moser0754@mail.ru

В работе рассмотрено текущее состояние потребительской кооперации, ее риски и угрозы. Цель данного исследования заключается в выявлении основных угроз и рисков, с которыми сталкиваются потребительские кооперативы, а также в анализе способов их минимизации.

Ключевые слова: потребительская кооперация, риски, угрозы, способы минимизации рисков.

Актуальность научного исследования состоит в том, что потребительская кооперация играет важную социально-экономическую роль в развитии страны, обеспечивая потребителям доступ к качественным товарам и услугам по доступным ценам. Однако, как и любой другой участник рыночной экономики, организации потребительской кооперации сталкиваются с различными угрозами и рисками, которые могут повлиять на их финансовую устойчивость и эффективность деятельности.

Цель исследования — выявление основных угроз и рисков, с которыми сталкиваются организации потребительской кооперации, а также анализ способов их минимизации или предотвращения.

Согласно законодательству, потребительская кооперация представляет собой систему организаций потребительской кооперации, созданных в целях удовлетворения материальных и иных потребностей их членов. Организации потребкооперации создаются в виде потребительских обществ и союзов, объединяющих их. Потребительское общество включает в себя добровольное объединение как граждан, так и может включать объединение юридических лиц с целью удовлетворения потребностей собственных членов путем торговой, заготовительной, производственной и иной деятельности [1].

В экономической литературе традиционно под риском понимают возможную опасность или вероятность потери предприятием части своих ресурсов в результате осуществления производственной и финансово-хозяйственной деятельности [2].

Организации потребительской кооперации сталкиваются со множеством рисков, но в рамках исследования выделим следующие основные типы рисков:

- финансовые;
- производственные;
- коммерческие;
- рыночные;
- организационные;
- политико-правовые.

Среди экономических угроз наибольшее значение для потребительской кооперации имеют финансовые угрозы, суть которых заключается в вероятности потерь источников финансирования, вывода финансовых ресурсов из организации под различными предложениями, наличия воровства и мошенничества [3].

На примере предприятий Новосибирского облпотребсоюза составим матрицу SWOT-анализа основных угроз, присущих предприятиям системы потребительской кооперации (таблица).

Матрица SWOT-анализа предприятий Новосибирского ОПС за 2022 год [4]

	Возможности	Угрозы
	<p>O1. Устойчивая тенденция развития АПК области.</p> <p>O2. Развитие новых форм торговли (интернет-продажи).</p> <p>O3. Наличие современных технологий по переработке сельскохозяйственной продукции.</p> <p>O4. Методическое обеспечение совершенствования способов минимизации рисков и угроз</p>	<p>T1. Рост уровня инфляции.</p> <p>T2. Сокращение сельского населения (особенно среди молодежи) и ЛПХ.</p> <p>T3. Снижение уровня покупательной способности населения.</p> <p>T4. Наличие сильных конкурентов в лице торговых сетей</p>
Сильные стороны S1. Качественная продукция из натурального сырья. S2. Высокий показатель текущей ликвидности (2,82). S3. Имидж социально ориентированной системы. S4. Высокий показатель финансовой независимости (0,73)	<p>1. Устойчивая тенденция развития АПК Новосибирской области обеспечивает сырьевую базу для производства качественной продукции на предприятиях потребительской кооперации.</p> <p>2. Углубление диверсификации деятельности</p>	<p>1. Увеличение производства продукции по доступным для сельского населения ценам.</p> <p>2. Высокие показатели финансовой независимости и текущей ликвидности позволяют предотвратить угрозу риска неплатежеспособности</p>
Слабые стороны W1. Текучесть кадров (29,9 %). W2. Высокая себестоимость реализации продукции (77,5 %). W3. Несовершенство способов минимизации рисков и угроз. W4. Низкий уровень среднемесячной заработной платы (31 020 руб.). W5. Недостаток квалифицированного персонала (51,8 %)	<p>1. Совершенствование способов минимизации и предотвращения рисков и угроз для повышения эффективности деятельности.</p> <p>2. Снижение себестоимости за счет применения современных технологий по переработке сельскохозяйственной продукции</p>	<p>1. Несовершенство способов минимизации рисков и угроз не позволяет качественно анализировать и прогнозировать социально-экономическую ситуацию в сельской местности.</p> <p>2. Низкий уровень среднемесячной заработной платы ведет к оттоку населения из сельской местности, особенно среди молодежи</p>

Организации Новосибирского облпотребсоюза сохраняют устойчивое положение на рынке. Однако слабые стороны и угрозы, присущие всей системе

потребительской кооперации Центросоюза РФ, негативно сказываются на эффективности деятельности.

Для успешной минимизации и предотвращения рисков и угроз потребительская кооперация должна разрабатывать антирисковые стратегии, внедрять механизмы контроля и мониторинга, а также быть готовой к быстрым изменениям во внешней среде [5].

Можно выделить следующие способы снижения рисков для организаций потребкооперации:

- пересмотр скоринговых моделей и корректировка используемых показателей;
- определение проблемных зон с высоким риском и безопасных зон с меньшим риском;
- комплексная оценка финансового состояния организации и определение ее перспектив;
- создание и использование резервных и страховых фондов для покрытия возможных потерь;
- рациональное использование заемных средств с учетом сопряжённых финансовых рисков;
- соблюдение установленных нормативов и пропорций между краткосрочными, среднесрочными и долгосрочными обязательствами;
- создание и использование резервов для компенсации непредвиденных расходов и убытков.

На наш взгляд, предприятиям потребкооперации необходима четко выстроенная методология выявления и минимизации рисков (и, по возможности, их предотвращения) с учетом ранжирования по уровню риска при использовании широко принятых методов минимизации рисков.

Список литературы

1. Российская Федерация. Законы. О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации: Закон РФ от 19.06.1992 № 3085-1 (ред. от 02.07.2013).
2. Бланк, И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс / И. А. Бланк. — 2-е изд., перераб. и доп. — 2008. — Киев : Эльга : Ника-Центр. — 656 с.
3. Серебрякова, Т. Ю. Методические подходы к выявлению финансовых угроз экономической безопасности организаций потребительской кооперации / Т. Ю. Серебрякова // Вестник Российского университета кооперации. — 2019. — № 4 (38). — С. 90–95.
4. Бухгалтерская (финансовая) отчетность Новосибирского облпотребсоюза [Электронный ресурс]. — URL: <https://bo.nalog.ru/organizations-card/6042301> (дата обращения: 18.02.2024).
5. Шарандина, А. А. Способы минимизации рисков возникновения банкротства предприятия / А. А. Шарандина // Modern Science. — 2023. — № 10-2. — С. 6–10.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

К. Е. Попова

Научный руководитель: Л. В. Шикова, *канд. экон. наук, доцент*
Мариупольский государственный университет им. А. И. Куинджи
(МГУ им. А. И. Куинджи), г. Мариуполь, Россия
karina.popova1627@mail.ru

В работе рассмотрено состояние экономической безопасности Российской Федерации в современных экономических и геополитических условиях. Представлены практические аспекты повышения уровня безопасности государства.

Ключевые слова: экономическая безопасность, экономика, факторы, санкции, дефицит, ресурсы, проблемы экономики, акты, развитие.

Актуальность исследования. Российская Федерация является одним из властных государств, которое имеет достаточно большие границы, занимающие многие земли, владеющее человеческими ресурсами и бесценными богатствами, а также обладающее значительным народонаселением. Кроме того, все эти составляющие необходимы для того, чтобы создать условия экономической безопасности, обеспечивая рост благосостояния населения. Происхождение конфронтации с другими странами возникает в силу геополитического внимания к ценным ресурсам на территории РФ. В связи с этим экономическая безопасность России обуславливается способами управления человеческими ресурсами и бесценными богатствами. Угрозы снижают экономическую безопасность страны.

Цель исследования: определение состояния экономической безопасности Российской Федерации в современных условиях.

В процессе исследования были использованы методы дедукции и индукции, синтеза и статистического анализа.

За последние 10 лет экономика России столкнулась с тремя «волнами», ставшими серьезным вызовом. Так, за период 2014–2022 гг. две «волны» связаны с ведением гибридной войны, а одна — с социально-экономическим санкциями, введенными недружественными странами [1].

Обеспечение экономической безопасности является одной из важнейших стратегических задач правительства страны. Для обеспечения формирования и внедрения эффективных механизмов, повышающих уровень экономической безопасности, необходимо систематически проводить мониторинг, который позволит определить современное состояние экономической безопасности, а также ее угрозы.

В таблице представлена динамика показателей, характеризующих экономическую безопасность РФ за период 2020–2022 гг.

Показатели экономической безопасности РФ за период 2020–2022 гг. [2]

Показатель	Год		
	2020	2021	2022
1. ВВП, всего, млрд руб. Увеличение ВВП против предыдущего года, %	103 862 –	109 242 5,18	151 455,6 38,64
2. ВВП на душу населения, тыс. руб. Увеличение по сравнению с предыдущим годом, %	707,02 –	744,15 5,25	1034,36 39,00
3. Доля малого предпринимательства в ВВП, %	20,8	20,3	20,9
4. Внешнеторговый оборот, млрд дол.	567,8	797,9	850,5
5. Объем экспорта, млрд дол.	336,4	494	591,5
6. Объем импорта, млрд дол.	231,4	303,9	259
7. Сальдо торгового баланса, млрд дол.	93,7	190,1	332,5
8. Внешний долг России, млрд дол.	453,8	481,5	380,5
9. Инвестиции в основной капитал, % к ВВП	21,5	19,9	20,3
10. Затраты на оборону, млрд дол.	61,4	65,1	67,5
11. Индекс производительности труда, %	103,1	102,6	103,4
12. Уровень износа основных производств. фондов, %	39	40,5	41,9
13. Доля высокотехнологичных товаров, работ в общем объеме, отгруженных товаров, выполненных работ и услуг, %	11,8	12,2	12,7
14. Доля высокотехнологичных товаров в объеме импорта, %	75,3	76,2	76,9
15. Затраты на инновационную деятельность, млрд руб.	2134,0	2379,7	2667,7

Анализ показателей таблицы позволяет сделать следующие выводы:

- несмотря на ужесточение санкционного давления со стороны западных стран и США, наблюдается увеличение общего ВВП и ВВП на душу населения, что является положительной динамикой;

- доля малого предпринимательства за период 2020–2022 гг. является практически неизменной, что указывает на необходимость развития предпринимательской среды;

- внешнеторговый оборот и объем экспорта также увеличиваются в динамике;

- объем импорта в 2021 году вырос по сравнению с 2020 г., а в 2022 году наблюдается снижение уровня импорта в сравнении с 2021 г. Однако по отношению к 2020 г. показатель импорта незначительно вырос;

- несмотря на негативные факторы, влияющие на экономику России, внешний долг в целом за период 2020–2022 гг. уменьшился;

- показатели 9–15 таблицы имеют незначительную тенденцию к росту, что говорит о состоянии удержания имеющегося уровня социально-экономического развития.

В современной экономической литературе угрозы экономической безопасности подразделяются на внутренние и внешние [3]. Внешние угрозы:

- рост тенденции глобализации экономики;
- значительное увеличение импорта продукции и услуг;

- миграция отечественных высококвалифицированных кадров;
 - рост теневой экономики, в первую очередь связанный с выводом доходов за пределы страны;
 - увеличение санкционного давления со стороны западных стран и США.
- Внутренние угрозы российской экономики:
- снижение уровня инвестиционной активности;
 - нестабильная ситуация в аграрном секторе;
 - неустойчивая банковская система в силу значительной зависимости от уровня мировых валют;
 - низкий уровень развития предпринимательской сферы;
 - зависимость экономики от топливно-энергетического сектора.

В условиях наличия внутренних и внешних угроз, снижающих уровень национальной экономической безопасности, перед руководством страны стоит стратегическая задача разработки мероприятий и направлений, которые будут направлены на укрепление экономики и экономической безопасности.

Так, одной из мер по укреплению экономики России стало подписание президентом указа от 31.03.2022 № 172 (ред. от 30.12.2022) «О специальном порядке исполнения иностранными покупателями обязательств перед российскими поставщиками природного газа» [4]. В соответствии с этим указом компании из западных стран должны открыть счета в российском банке (в Газпромбанке два специальных счета: рублевый и валютный), на валютный переводятся средства в качестве оплаты за российский газ. Затем осуществляется продажа поступившей валюты за рубли, т. е. обменивают валютные ценности на российские рубли, банк продает валюту на бирже ММВБ-РТС и зачисляет полученные рубли на рублевый счет, потом они зачисляются на счет поставщика (Газпрома) [5].

В рамках стратегической политики на 2024–2026 гг. правительство планирует реализовать меры по структурной перестройке национальной экономики. Данная перестройка будет заключаться в следующих аспектах: в изменении внешнеэкономической деятельности в направлении дружественных стран; в усилении финансового суверенитета; в развитии инфраструктуры во всех направлениях; в укреплении социально-экономического благополучия населения.

Таким образом, обеспечение высокого уровня экономической безопасности является необходимым условием для формирования суверенитета и конкурентоспособности страны. Несмотря на негативное геополитическое и экономическое воздействие на экономику РФ, большинство показателей экономической безопасности имеют тенденцию к росту, что свидетельствует о значительном социальном-экономическом потенциале страны.

Список литературы

1. Караваева И. В., Лев М. Ю. Приоритеты государственного регулирования экономической безопасности России в условиях новых глобальных вызовов // *Экономическая безопасность*. — 2023. — Том 6, № 2. — С. 453–466.

2. Синельникова М. Э. Экономическая безопасность России на современном этапе развития // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2023. — № 5-3 (80). — С. 184–188.
3. Нарайкин М. М. Современные проблемы экономической безопасности в России // Молодой ученый, 2023. — № 21 (468). — С. 310–312.
4. О специальном порядке исполнения иностранными покупателями обязательств перед российскими поставщиками природного газа : Указ Президента РФ от 31.03.2022 № 172 (ред. от 30.12.2022) [Электронный ресурс]. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_413296/ (дата обращения: 26.02.2024).
5. Лаптева Р. А., Перепелкин И. Г., Коварда В. В. Обеспечение экономической безопасности России в условиях трансформации внешнеэкономической политики страны как ответ на кризисные явления в мировой экономике // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15, № 6 [Электронный ресурс]. — URL: <https://esj.today/PDF/28ECVN623.pdf>.

К ВОПРОСАМ ГАРМОНИЗАЦИИ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ В НОВЫХ РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

С. В. Присяжный, *аспирант*, А. В. Бондарчук, *д-р экон. наук, доцент*
Луганский государственный аграрный университет
им. К. Е. Ворошилова (ЛГАУ),
г. Луганск, Россия
akoval77@mail.ru

В статье рассмотрены экономико-правовые проблемы переходного периода новых регионов Российской Федерации, связанные с гармонизацией законодательства. Акцентировано внимание на гармонизации налоговой политики в новых регионах, описаны проблемы и перспективы переходного периода.

Ключевые слова: гармонизация, закон, налог, политика, развитие.

В выступлении на заседании по экономическим вопросам с правительством Владимир Путин анонсировал новую социально-экономическую программу на ближайшие шесть лет. Президентом заявлено, что должно стать основой программы: «проактивная, стимулирующая политика, которая позволит на новом уровне раскрыть индустриальный, аграрный, транспортный, высокотехнологичный потенциал и создавать, модернизировать производства с современными, хорошо оплачиваемыми рабочими местами в субъектах РФ» [2]. «Проактивность» означает предвидение трендов будущего, потребностей и изменений. Уже сейчас готовиться к тому, что ждет в 2030–2040 гг. — технологический переворот, роботизация, массовый переток рабочей силы между отраслями, необходимость инициативной поддержки спроса, демографический, этнический и энергетический переход. Для проактивной политики, считает президент, нужно «выдерживать баланс между задачами развития, наращивания инвестиций и кредитования, сохранения занятости и обеспечением ценовой стабильности» [2]. А это значит взаимодействие властей и ведомств в духе стремления к общей цели через координацию усилий, преодолевая противоречия полномочий, поделенных по функциональным блокам, находя смелость уйти от ведомственных интересов к общегосударственным.

Это касается и экономических блоков, блоки денежно-кредитной, бюджетной, фискальной политик и блок развития должны работать согласованно в направлении синергии результата, и это должно иметь предусмотренную законом процедуру. Общие решения должны подкрепляться научной, исследовательской проработкой, результаты которой не должны игнорироваться.

Целью исследования является изучение текущего состояния процесса гармонизации экономико-правовой политики, а в частности налоговой политики, в новых регионах Российской Федерации.

Гармонизация налоговой политики является важным и сложным процессом, направленным на достижение равновесия и согласованности в области налогообложения. Эта мера предполагает установление единых стандартов

налогообложения, которые будут применяться во всех субъектах экономики или международных границах.

Основная цель гармонизации налоговой политики состоит в создании более прозрачной и справедливой системы налогообложения, способствующей развитию экономики и привлечению инвестиций. Это может быть достигнуто путем устранения региональных различий и неравенств в налоговом законодательстве, а также сокращения налоговых преимуществ и льгот, которые могут привести к искажениям налоговой базы.

Гармонизация налоговой политики также способствует улучшению условий для бизнеса и предпринимательства, созданию благоприятного инвестиционного климата и повышению конкурентоспособности страны. Единые стандарты налогообложения позволяют предприятиям лучше планировать свою деятельность, уменьшая риски двойного налогообложения и облегчая процедуры уплаты налогов.

Однако реализация гармонизации налоговой политики может столкнуться с определенными проблемами и вызовами. Во-первых, необходимо достичь согласия между различными субъектами или странами по вопросам ставок налогообложения, исключив возможные конфликты интересов. Кроме того, важно учесть особенности отраслей экономики и их специфические потребности при разработке единых стандартов.

Для достижения поставленной цели первоначально следует изучить генезис понятия «гармонизация».

Гармонизация — это приведение законодательства в согласованную систему на принципах завершенности, целостности, пропорциональности, согласования и совершенства [1, с. 71]. Гармонизация законодательства — это система важнейших мероприятий, направленных на сближение правовых систем различных политических единиц, которая не приводит к полной унификации их правового поля, но максимально облегчает решение возникающих правовых проблем. В сфере экономики гармонизация призвана максимально сгладить различия в экономических показателях различных регионов государства. *Под гармонизацией экономических процессов* следует понимать согласование и сведение в единую систему мероприятий, носящих экономический характер. Гармонизация мер государственной поддержки АПК на территории Луганской Народной Республики (ЛНР) предусматривает гармонизацию и законодательства, и экономики. Без совместной работы данных сфер успех в достижении поставленной цели ставится под сомнение.

В процессе гармонизации могут быть использованы различные приемы работы. Следует учитывать местную специфику региона, а также текущую экономическую и военно-политическую ситуацию, которая на территории ЛНР на данный момент остается сложной. При этом целью гармонизации не ставится полный отказ от укоренившихся в регионе традиционных методов хозяйствования.

Гармонизация в сфере законодательства и экономики требует наличия объективных условий сближения двух законодательных систем. Соблюдение данного условия можно наблюдать в связи с фактом вхождения территории ЛНР

в состав Российской Федерации. Учитывая политическую обстановку, в ближайшее время Россия будет оставаться единственным экономическим партнёром для недавно признанных республик.

Рассмотрим законодательные основы гармонизации господдержки предприятий АПК на территории ЛНР.

Базисом гармонизации законодательства со стороны ЛНР служит ч. 3 ст. 11 Федерального конституционного закона № 6-ФКЗ «О принятии в Российскую Федерацию Луганской Народной Республики и образовании в составе Российской Федерации нового субъекта — Луганской Народной Республики». В данном нормативно-правовом акте указано, что организация местного самоуправления на территории ЛНР производится согласно законодательству РФ, и основной законодательный орган ЛНР должен быть сформирован не позднее 6 месяцев со дня вступления данного закона в силу. Этот законодательный орган несет ответственность за все принимаемые в ЛНР законы и создание городских и муниципальных округов [4].

Комитет Государственной думы по региональной политике и местному самоуправлению в период весенней сессии 25 мая 2023 года провел конференцию с участием представителей Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской и Херсонской областей, основной темой которой было приведение нормативно-правовой базы новых регионов в соответствие с законодательной базой РФ. При этом обсуждались вопросы формирования единой системы власти, органов местного самоуправления, комплектации должностей государственных и муниципальных служащих, рассматривались проблемы работы государственных и местных организаций социальной сферы, направления развития региональной политики и обеспечения трудовой занятости населения [3].

Решение комитета от 15 июня 2023 г. № 53/6 об утверждении рекомендаций конференции содержит их перечень по проведению гармонизации законодательства ЛНР и РФ, в том числе и в сфере АПК, относящихся к деятельности Министерства сельского хозяйства РФ [5].

База для оказания мер государственной поддержки агропромышленным предприятиям, работающим на территории ЛНР, заложена в Федеральном конституционном законе РФ от 04.10.2022 № 6-ФКЗ (ред. от 25.12.2023) «О принятии в Российскую Федерацию Луганской Народной Республики и образовании в составе Российской Федерации нового субъекта — Луганской Народной Республики», где в ст. 35 указано, что в переходный период 2022–2025 гг. в целях поддержки экономики региона и выравнивания экономической ситуации предусмотрены меры поддержки бюджета ЛНР из бюджета РФ. В вышеуказанном федеральном законе определяются особенности применения на территориях Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской и Херсонской областей Закона Российской Федерации «О ветеринарии», а также федеральных законов «О племенном животноводстве», «О мелиорации земель», «О развитии сельского хозяйства», «Об аквакультуре (рыбоводстве)», «О семеноводстве».

В целом гармонизация налоговой политики может стать важным инструментом развития экономики и обеспечения стабильности в глобальных финансовых

системах. Правильное и эффективное осуществление этого процесса будет способствовать улучшению условий для бизнеса, сокращению коррупции, повышению прозрачности и овладению мировыми нормами налогообложения.

Список литературы

1. Баранов В. М., Пшеничников М. А. Гармонизация законодательства как базовая юридическая конструкция инновационного правового развития государства // Юридическая техника. — 2013. — № 7-2 [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/garmonizatsiya-zakonodatelstva-kak-bazovaya-yuridicheskaya-konstruktsiya-innovatsionnogo-pravovogo-razvitiya-gosudarstva> (дата обращения: 25.01.2024).
2. Герейханова А. Владимир Путин на совещании обсудил рост ВВП, инфляцию и цены // Российская газета. — 2024. — № 31 (9273). — 12 февраля [Электронный ресурс]. — URL: <https://rg.ru/2024/02/12/vladimir-putin-na-soveshchani-obsudil-rost-vvp-infliacii-i-ceny.html>
3. Конференция по вопросу гармонизации нормативно-правовой базы Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области, Херсонской области в соответствии с законодательством Российской Федерации в сфере региональной политики и организации местного самоуправления от 25.05.2023 [Электронный ресурс]. — URL: <http://komitet4.km.duma.gov.ru/Sostoyavshiesya-meropriyatiya/item/28489855/>.
4. О принятии в Российскую Федерацию Луганской Народной Республики и образовании в составе Российской Федерации нового субъекта — Луганской Народной Республики: Федеральный конституционный закон от 04.10.2022 № 6-ФКЗ [Электронный ресурс]. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_428184/.
5. Решение Комитета по региональной политике и местному самоуправлению от 15.06.2023 № 53/6 [Электронный ресурс]. — URL: <http://komitet4.km.duma.gov.ru/Sostoyavshiesya-meropriyatiya/item/28489855/>.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ ЭКОНОМИКИ

Д. А. Рогов, *аспирант*, Е. В. Токарь, *д-р экон. наук, профессор*
Белгородский университет кооперации, экономики и права (БУКЭП),
г. Белгород, Россия
rogovdeniz@yandex.ru

Развитие предприятий общественного питания в современных экономических условиях происходит в состоянии, которое можно охарактеризовать как турбулентность. Предприятия осуществляют свою деятельность в условиях изменчивых внешних и внутренних факторов. Целью данного исследования является анализ текущей ситуации в экономике для определения направлений развития предприятий сферы услуг. Тема научного исследования является актуальной, так как в экономике РФ наблюдается нестабильность. Предприятия общественного питания подвержены негативному влиянию данного явления в большей степени, нежели производственный сектор. В ходе обработки данных применялись общенаучные методы, в частности анализ, синтез, обобщение, сравнение, системность, комплексность и др. В статье проводится исследование трендов развития сферы услуг в условиях нестабильности экономики. Теоретическая значимость исследования заключается в формировании комплексного понимания текущего уровня развития предприятий сферы услуг.

Ключевые слова: общественное питание, экономическая нестабильность, стратегия развития, предприятие.

В современном состоянии российской экономики наблюдается явление, называемое нестабильностью. По мнению В. Л. Сидниной [1], экономическая нестабильность заключается в измененном состоянии системы экономики, для которого характерны сдвиги не в лучшую сторону.

Нестабильность имеет следующие признаки:

1. Высокая ключевая ставка.
2. Структурная безработица.
3. Негативное влияние инфляции на рост цен.
4. Большое число предприятий, подлежащих ликвидации, ввиду неспособности подстроиться под изменчивость экономики.
5. Изменение валютного курса.

По нашему мнению, предприятия общественного питания в сфере услуг в наибольшей степени подвержены негативному влиянию экономической нестабильности.

На основе данных Росстата [2] составлена табл. 1, в которой отражены экономические показатели деятельности предприятий общественного питания, на основе которых возможно оценить их развитие.

Таблица 1

Деятельность предприятий общественного питания по обслуживанию торжественных мероприятий и прочим видам организации питания

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Число предприятий на конец года, тыс.	7,3	6,9	6,5
Среднегодовая численность работников организаций, тыс. чел.	239,2	222,4	235,5
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций, руб.	25 833	27 881	32 014
Оборот (в фактически действовавших ценах), млрд руб.	269,9	263,5	483,2
Инвестиции в основной капитал (в фактически действовавших ценах), млн руб.	12 445,2	19 851,5	7 477,0
Валовая прибыль, млрд руб.	69,7	55,0	59,9
Коммерческие и управленческие расходы, млрд руб.	63,6	54,6	52,0

Исходя из представленных в таблице данных заметно, что число предприятий общественного питания сократилось с 7 300 в 2019 году до 6 500 в 2021 году. Число ликвидированных предприятий говорит о том, что рестораны не смогли справиться с негативными факторами нестабильности экономики, такими как изменение закупочных цен на полуфабрикаты из-за колебания курса валют, структурная безработица и введение локдауна из-за пандемии COVID-19. Рост номинальной заработной платы с 25 833 руб. в 2019 году до 32 014 в 2021 году объясняется кадровым кризисом в сфере услуг.

На снижение динамики развития рынка услуг в России указывает показатель инвестиций в основной капитал. В 2019 году объем инвестиций составил 12 445,2 млн руб., а в 2021 году 7 477 млн руб. Снижение объема инвестиций свидетельствует о том, что данная отрасль не является приоритетной для капиталовладельцев. Многие инвесторы предпочитают вкладывать денежные средства в иные отрасли, которые менее подвержены влиянию социально-экономических факторов нестабильности.

Для преодоления негативных воздействий факторов внешней среды профессор Б. М. Жуков [3] предлагает произвести модернизацию предприятий сферы услуг. Автор считает, что проведение модернизации процессов управления и технологии обслуживания на предприятии сможет обеспечить его развитие и противодействие внешним и внутренним угрозам.

Процесс модернизации основан на анализе внешних и внутренних факторов, которые представлены в табл. 2.

Факторы модернизации предприятий сферы услуг

Факторы внешней среды	Факторы внутренней среды
<ul style="list-style-type: none"> — информационные; — инновационные; — социально-демографические; — финансово-экономические; — научно-технические; — правовые; — институциональные; — природно-экологические 	<ul style="list-style-type: none"> — личные; — факторы внутреннего учета; — уровень квалификации; — ресурсный потенциал; — стратегическое управление.

По мнению Б. М. Жукова, модернизация — это объект управления и цель деятельности организации, функционирующей на конкурентном рынке, элемент ее потенциала, представляющий собой уникальные осязаемые и неосязаемые ресурсы хозяйствующего субъекта [3].

Автор отмечает важную роль грамотного управления при проведении модернизации предприятия. По его мнению, при грамотном управлении происходит поиск путей по преодолению кризиса, восстанавливается утраченное — и предприятие входит в состояние равновесия.

Гибкая система управления позволяет обеспечивать конкурентоспособность предприятия. Сама же система управления представляет собой четкую последовательность действий, направленную на достижение поставленных целей при рациональном использовании ресурсного потенциала.

Автор выделяет следующие элементы гибкого управления:

- 1) бизнес-продвижение, реализуемое через налаживание коммуникаций;
- 2) мониторинг конкурентов для создания уникального предложения;
- 3) финансовое регулирование посредством бюджетирования и стратегического планирования.

Гибкое управление обеспечивает развитие предприятия за счет повышения адаптивности к изменчивости экономики и повышает его конкурентоспособность. Гибкое управление необходимо не только в состоянии турбулентности, но и в переходный период после него, когда дестабилизирующие факторы перестают воздействовать на предприятие.

Гибкое управление выстраивается на основе следующих принципов:

- 1) превентивного реагирования;
- 2) согласованности бизнес-процессов;
- 3) нацеленности на устойчивое развитие.

Предприятия сферы услуг осуществляют свою деятельность в условиях регулярной изменчивости рынка. Такие факторы, как колебание курса валют, введение экономических ограничений и влияние прочих социально-экономических аспектов, оказывают негативное влияние на данную сферу экономики.

Выводы и заключение. Современное состояние российской экономики возможно трактовать как нестабильное. Нестабильность как понятие раскрывается через составные части, такие как высокая ключевая ставка, структурная

безработица, негативное влияние инфляции на рост цен, большое число предприятий, подлежащих ликвидации, ввиду неспособности подстроиться под изменение экономики, изменение валютного курса.

Для минимизации воздействия негативных факторов на предприятия сферы услуг была выбрана стратегия модернизации управления.

Модернизация управления предприятия сферы услуг позволяет решить следующие задачи:

1. Повысить способность предприятия «выживать» в сложных экономических ситуациях.
2. Произвести оптимизацию затратной части ресурсного потенциала.
3. Провести мобилизацию уже имеющихся ресурсов для достижения цели организации.
4. Создание новых организаций в рамках рынка.

На основе статистических данных о росте показателей экономической эффективности предприятий общественного питания можно сделать вывод о том, что развитие предприятий сферы услуг происходит планомерно и эффективно даже в условиях экономической нестабильности.

Список литературы

1. Сиднина В. Л. Макроэкономическая нестабильность : учебное пособие для студентов высших учебных заведений. — Саратов : Издательский центр «Наука», 2018. — 123 с.
2. Росстат : российский статистический ежегодник. — URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ejegovodnik_2022.pdf (дата обращения: 11.12.2023).
3. Маницкая Л. Н., Жуков Б. М. Модернизация предприятий сферы услуг: концептуальная модель и инструментальные средства // Современные проблемы науки и образования. — 2011. — № 3. — URL: <https://science-education.ru/article/view?id=4711> (дата обращения: 13.12.2023).

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ FMCG-РЫНКА В 2024 ГОДУ: ОЦЕНКА И ПРОГНОЗ

И. А. Серов, *обучающийся*, И. Н. Шамрай, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
iserov2002@gmail.com, inna_shamrai@mail.ru

В статье проведена оценка текущих трендов развития FMCG-рынка с использованием методов наблюдения, анализа, экстраполяции. Цель исследования — выявление направлений развития FMCG-рынка в России для прогнозирования трендов развития в 2024 г.

Ключевые слова: FMCG-рынок, индекс потребительского спроса, дискаунтеры, ретейлеры, СТМ.

Рынок повседневных товаров в России в 2023 году смог стабилизироваться и достичь определенного уровня. Отечественные ретейлеры и поставщики адаптировались к сложностям созданным нестабильной экономической ситуацией. Однако утверждать, что на FMCG-рынке не осталось проблем, будет неправильным. Основными из них, с которыми столкнулся рынок повседневных товаров, можно назвать пропажу отдельных товаров с полок, сокращение брендов на рынке, разрушение логистических цепочек, снижение покупательной способности. К началу 2024 года рынок справился с большей частью перечисленных проблем, а именно: наличие товара, недостаток брендов на рынке, разрушенные логистические цепочки — все эти перекосы преодолены на настоящий момент.

Справиться с указанными проблемами рынок смог благодаря трендам, сложившимся в 2023 году. К ним относились: развитие направления собственной торговой марки (СТМ), развитие различных каналов сбыта (как онлайн, так и офлайн), собственное производство, параллельный импорт. К быстрорастущим трендам можно отнести: СТМ, онлайн-продажи, дискаунтеры, отечественное производство. Данные направления позволили стабилизировать FMCG-рынок в России в 2023 году. Однако это не значит, что все проблемы решены в полном объеме, или то, что вышеперечисленные тренды достигли своего максимума.

В 2024 году рынок все еще адаптируется, и основополагающим трендом все так же является покупательная способность. Также стоит отметить что помимо финансовой составляющей, нужно учитывать потребительские привычки. Модель продаж для молодого населения отличается от продаж более взрослому населению.

Средние месячные траты на товары категории FMCG у поколения Z составляют, согласно статистическим данным, 16 620 рублей, при том факте, что модель покупок склоняется преимущественно в сторону качества, нежели цены [3]. В то же время именно поколение Z способствует развитию новых брендов, поскольку чуть менее 20 % молодых потребителей на регулярной основе покупают новинки на полках магазина [3]. Однако данная категория

покупателей достаточно строга к бренду, соответственно, и к продавцу. Чуть более 20 % потребителей говорит о том, что отдадут свое предпочтение одному бренду, обосновывая данный факт тем, что именно этот бренд вызывает положительные эмоции [3]. 53 % потребителей более лояльны к брендам и обращают свое внимание на несколько брендов в различных категориях товаров [3]. Именно молодое поколение сподвигло к развитию онлайн-рынок, что привело к его бурному росту, и на конец 2023 года онлайн-рынок России занимал долю в 14 % в общем объеме продаж [3].

Взрослое население страны имеет другую модель поведения: между ценой и качеством люди старшего возраста выбирают цену. Именно из-за данной модели поведения стремительно начали развиваться такие сети сбыта, как дискаунтеры и хард-дискаунтеры. В течение 2023 года дискаунтеры заняли 55 % рынка сбыта, хард-дискаунтеры занимают лишь 8 % [1]. Развитие дискаунтеров происходит из-за ценовой категории предлагаемых там товаров, к тому же многие «гиганты» рынка FMCG начали развивать данное направление. Что касается хард-дискаунтеров, их доля на рынке сбыта невелика, однако рост денежных продаж к концу 2023 г. по отношению 2022 г. составил +25 % [1]. Но небольшая доля сбыта объясняется тем, что развитие данного канала происходит преимущественно в регионах с более низким уровнем жизни.

Также взрослое население помогло в развитии СТМ, данная категория товаров смогла заменить много ушедших брендов из различных ценовых категорий. Конечно, стоит отметить, что продажи СТМ опережают продажи тех же товаров категории «эконом» и постепенно приближаются к категориям «средний» и «премиум». Рост доли продаж СТМ в 2023 году относительно 2022 года различных категорий отражен в табл. 1.

Таблица 1

Доля СТМ от категории в денежном выражении, % [1]

Товары	Категория	2022 г.	2023 г.
Колбасные изделия упакованные	эконом	3,0	2,9
	средний	1,6	1,8
	премиум	3,9	4,6
Мягкий и плавленый сыр	эконом	1,9	1,8
	средний	7,9	8,6
	премиум	6,7	7,3
Замороженные фрукты и овощи	эконом	13,2	15,3
	средний	17,6	22,6
	премиум	11,8	14,2

Очевидно, что многие проблемы FMCG-рынка вышли из критического состояния, однако рынок все еще адаптируется к относительно новым изменениям как в продовольственном, так и в непродовольственном сегменте.

Одна из нерешенных и в то же время самая важная проблема — покупательская способность и покупательная привычка. Несмотря на то, что потребители

стали больше тратить на товары категории FMCG, на рынке все еще присутствует волнение, обусловленное инфляцией и нестабильной геополитической ситуацией. Уровень потребительского оптимизма на конец 2023 года отображен на рисунке. Произошедшие за год изменения позитивно влияют на FMCG-рынок, 60 % потребителей имеют позитивное настроение по отношению к рынку повседневных товаров [1].



Индекс потребительского оптимизма за 2023 г. [1]

Безусловно, потребители играют большую роль в формировании трендов, но не стоит обесценивать вклад ретейлеров и производителей. Действия производителей и ретейлеров, направленные на восстановление рынка, постепенно оказывают позитивное влияние.

За 2023 год производители и ретейлеры смогли адаптироваться к внешним и внутренним угрозам, а также сформировали собственные планы на 2024 год. Таким образом производители в 2024 году перспективной развития видят запуск новой продукции, а также развитие новых сегментов и категорий товаров. В свою очередь ретейлеры также считают, что развитие возможно с созданием собственной торговой марки, а также с расширением категории товаров.

Как производители, так и ретейлеры в 2024 г. планируют расширять свой ассортимент, более 70 % игроков рынка видят возможность развития в расширении категорий товаров, в создании новых брендов, СТМ [2]. Обе категории в большей части планирует развивать средний ценовой сегмент.

Перспективные направления для этих двух категорий в 2024 году указаны в табл. 2.

Таблица 2

Приоритеты развития игроков рынка в 2024 году [2]

Производители	Ретейлеры
Развитие онлайн-продаж	Развитие логистики
Выход на новые категории	Повышение доступности товаров
Разработка новых брендов	Развитие онлайн-продаж
Выход на маркетплейсы	Запуск новых форматов

Анализируя итоги 2023 года, можно предположить основные тренды FMCG-рынка. В 2024 году основополагающим трендом все так же будут являться покупательная способность и потребительские модели. Потребители все

еще считают цену важной категорией, что свидетельствует о том, что рынок еще находится в нестабильном положении. Главными направлениями развития будут определенные каналы сбыта, а именно: онлайн-рынок и хард-дискаунтеры. Следующим трендом, который продолжат активно развивать и ретейлеры, и производители, — СТМ. Также бурное развитие продолжится в создании новых брендов. В заключение можно сделать вывод: FMCG-рынок практически полностью смог восстановиться от потрясений предыдущих лет. Потребители постепенно привыкают к новым условиям, и единственное, что мешает полностью адаптироваться к современным условиям, — нестабильная экономическая ситуация.

Список литературы

1. Тренды FMCG-рынка в 2024 году [Электронный ресурс]. — URL: <https://go-link.ru/jKxKa> (дата обращения: 06.02.2024).
2. Планы FMCG-бизнеса на 2024 год: опрос топ-менеджеров [Электронный ресурс]. — URL: <https://go-link.ru/PY2dg> (дата обращения: 06.02.2024).
3. Новое поколение покупателей [Электронный ресурс]. — URL: <https://go-link.ru/oXM2k> (дата обращения: 06.02.2024).
4. Серов И. А., Шамрай И. Н. FMCG-компании на рынке России: аналитический обзор и оценка трендов // Интеллектуальный потенциал Сибири: материалы 31-й Регион. науч. студ. конф., Новосибирск, 22–26 мая 2023. — Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2023. — С. 158–164.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Н. Г. Сигачева

Уральский государственный экономический университет (УрГЭУ),

г. Екатеринбург, Россия

ngshevchenko@mail.ru

В данной работе рассмотрены теоретические и методические аспекты экономических основ повышения качества и безопасности медицинских услуг, а также проанализировано понятие качества и безопасности медицинских услуг. Цель исследования — определение экономических путей повышения качества и безопасности медицинских услуг на основе анализа социально-экономической деятельности лечебных учреждений. Актуальность выбранной темы обусловлена значимостью социальных, экономических показателей деятельности лечебных учреждений, разработкой и внедрением стандартов медицинской помощи населению и емкостью рынка услуг.

Ключевые слова: безопасность медицинских услуг, управление качеством, потребитель, лечебные учреждения, пациенты.

Высокий уровень удовлетворенности потребителей медицинских услуг является важным условием успешной деятельности любой медицинской организации. При этом качество медицинских услуг определяется качеством процессов, результатом которых они являются [1, с. 56].

В соответствии с рис. 1 медицинские услуги бывают:

по характеру	⇒	лечебные; диагностические; профилактические; социальные; реабилитационные; медико-экспертные
по сегментам структуры	⇒	амбулаторные, стационарные, санитарно-гигиенические, эпидемиологические и т. п.
по уровням медицинской помощи	⇒	доврачебные, врачебные, квалифицированные, специализированные
по интенсивности во времени	⇒	скорые, неотложные, плановые

Рис. 1. Характеристика медицинских услуг

Качество и безопасность медицинских услуг трактуется как совокупность свойств, характеризующих медицинские технологии и результаты их выполнения и подтверждающих соответствие медицинской помощи современному уровню медицинской науки и технологий, стандартам, а также потребностям клиентов [2, с. 9].

Для достижения качества и безопасности медицинских услуг должна быть создана структура для эффективного управления. Она составляет и обеспечивает единые требования к осуществлению повышения качества и безопасности медицинской деятельности. На рис. 2 рассмотрим систему управления качеством и безопасности медицинской деятельности.

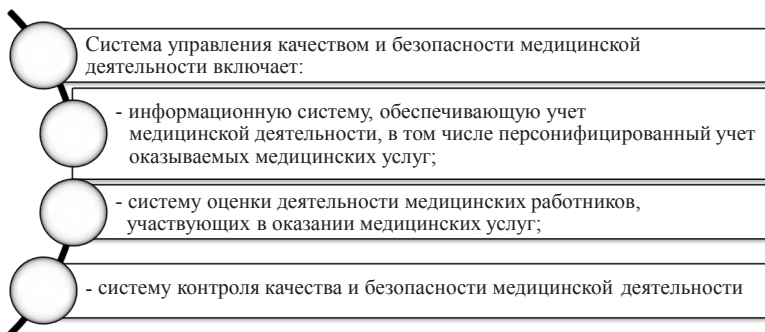


Рис. 2. Система управления качеством и безопасностью медицинской деятельности

В учреждении здравоохранения постоянно мониторируется, измеряется лечебно-диагностический процесс с целью обнаружения несоответствий, как, например, ошибочно назначенная процедура, неправильная дозировка лекарств, плохое качество пищи, задержка в приеме, грубость персонала, замедленная реакция (или ее отсутствие) на жалобу персонала и другие недостатки и ошибки. Анализ несоответствий (ошибок, недостатков) должен проводиться компетентными сотрудниками с обязательной оценкой их воздействия на качество медицинской помощи.

В соответствии с рис. 3 рассмотрим требования потребителей к лечебным учреждениям.



Рис. 3. Требования потребителей к лечебным учреждениям [2, с. 31]

При работе медицинских учреждений и их развитии основополагающей частью является планирование создания, поддержания и улучшения системы качества медицинской помощи. Каждое медицинское учреждение должно анализировать и определять потребности и ожидания пациентов во всех видах медицинской помощи, понимания или достижения результатов лечебно-профилактических мероприятий, а также изучать контингенты потребителей медицинской помощи (медицинских услуг). Медицинское учреждение, исходя из потребностей и ожиданий населения, должно обеспечить ему полную и качественную медицинскую помощь.

При лечении необходимо свести к минимуму потенциальные риски для пациентов, других потребителей, персонала и окружающей среды. Если все требования будут выполняться, то и качество медицинских услуг возрастет. Пациенты останутся удовлетворены в оказании помощи и в следующий раз постараются обратиться за медицинской услугой в это лечебное учреждение. Пациенты как «ходячая реклама» расскажут своим близким и родным, другим пациентам о полученном лечении и результате и посоветуют обращаться именно в это лечебное учреждение.

На рис. 4 отражены требования, которые при оказании медицинских услуг медицинские работники должны обеспечивать пациентам.

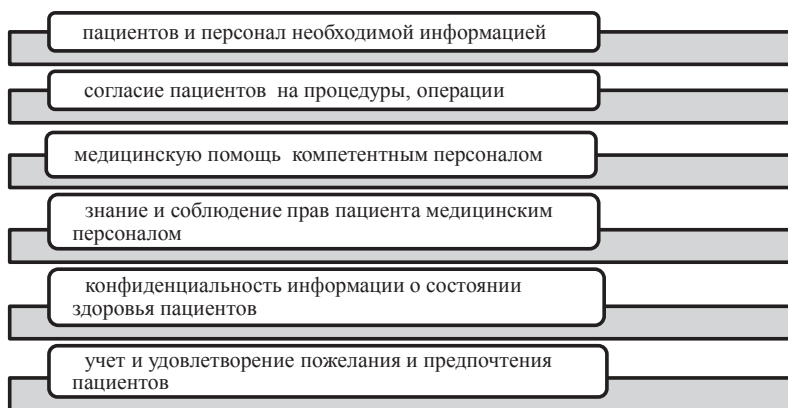


Рис. 4. Обеспечение пациентов в лечебных учреждениях [2, с. 31]

Учреждение здравоохранения должно обеспечить необходимое число сотрудников для обеспечения качества медицинской помощи, постоянно определять необходимые кадровые ресурсы, совершенствовать их рабочие нагрузки.

Для повышения доступности и качества медицинских услуг необходимо лекарственное и технологическое обеспечение больницы. Каждая организация должна разрабатывать и утверждать оптимальный набор лекарственных препаратов, расходных материалов с целью повышения экономической эффективности деятельности лечебной организации и бесперебойного снабжения её

ЛПУ и население. На каждый вид товара устанавливаются свои нормативы запасов в отделениях, одновременно проводится закупка и снабжение структурных подразделений лекарственными препаратами и расходными материалами.

Предложим экономические элементы методик по повышению качества и безопасности медицинских услуг:

— рассмотреть критерии начисления стимулирующего характера к заработной плате как врачам, так и медицинским сестрам и уборщикам. При этом рассмотреть условия и правильное распределение труда, объем выполняемой работы и ее качество по каждому виду деятельности и структурному подразделению в лечебной организации;

— провести сводный анализ по каждому отделению и подразделению, рассмотреть, сколько было получено и затрачено лекарственных препаратов и расходных материалов за отчетный период, какую имеет потребность, сколько можно будет планировать и заказывать на текущий период (чтобы не было перебоев с лекарственными препаратами и расходными материалами);

— провести сводный анализ по медицинской аппаратуре и мебели в отделениях, подразделениях. Написать план о недостающей аппаратуре, об аппаратуре с истекшим сроком эксплуатации и аппаратурой, требующей списания, в какой аппаратуре больше потребности, в какой меньше. Определиться с заявками на предстоящее время;

— проанализировать и составить работу служб по платным медицинским услугам, где четко определить: какой спектр услуг более востребован у населения, какие услуги можно оказывать и развивать в данном лечебном учреждении для пациентов других городов.

Список литературы

1. Князюк Н. Ф. Применение процессного подхода в экспертной оценке качества медицинской помощи // Заместитель главного врача. — 2022. — № 8 (27). — С. 56.
2. Подлужная М. Я., Боев В. С., Коренчук З. А. Управление качеством медицинской помощи : пособие для организаторов здравоохранения и стринского дела. — Пермь, 2010. — 64 с.
3. Старченко А. А. Безопасность медицинской деятельности: требования НП «национальная медицинская палата». Внутренний контроль // Вестник Национального медико-хирургического центра им. Н. И. Пирогова. — 2023. — Т. 9, № 1. — 83 с.
4. Князюк Н. Ф. Учёт заинтересованных сторон и его роль в процессе улучшения деятельности медицинской организации // Заместитель главного врача. — 2021. — № 4 (23). — С. 82.
5. Азизова Б. Г. Отношение руководителей здравоохранения к проблемам управления качеством медицинской помощи / Проблемы социальной гигиены, организации здравоохранения и истории медицины. — 2022. — № 4-38. — С. 40.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ ПО ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ И ПЕРСПЕКТИВАМ ДЕРЕВЕНЬ СЕВЕРО-ЗАПАДА КИТАЯ

Ц. Сы

Научный руководитель: И. П. Монич, *канд. экон. наук, доцент*
Забайкальский государственный университет (ЗабГУ), г. Чита, Россия
2770369279@qq.com

В данной статье используются методы экономического анализа для изучения экономического развития сельских поселений на северо-западе Китая на основе марксистской политической экономики, микроэкономики и структурных реформ.

Ключевые слова: микроэкономика, рыночный механизм, распределение экономических ресурсов, распределение доходов, экономическая реформа, плановая экономика, рыночная экономика, цифровая индустриализация, стратегия возрождения сельской местности, одна деревня — один продукт.

LITERATURE REVIEW ON ECONOMIC DEVELOPMENT AND PROSPECTS OF VILLAGES IN NORTHWEST CHINA

Q. Si

I. P. Monich, PhD in Economics, associate professor
Transbaikal State University, Chita, Russia
2770369279@qq.com

This paper references the economic analysis methods involved in the study of township economic development in northwest China from Marxist Political Economy, Microeconomics, and Structural Reform [1]. The author survey part of this paper adopts the statistical measurement method and adopts the empirical analysis method for the analysis of the survey results.

Keywords: micro-economics, market mechanism, Allocation of economic resources, income distribution, economic reform, planned economy, market economy, Digital industrialization, Rural revitalization strategy, One village one product.

Relevance of the study and the purpose. The purpose of this paper is to study township economic development in northwest China from Marxist Political Economy, Microeconomics, and Structural Reform point of views.

Research methods and tools. Literature review is used as a main method.

This paper references the economic analysis methods involved in the study of township economic development in northwest China from Marxist Political Economy, Microeconomics, and Structural Reform [1]. The author survey part of this paper adopts the statistical measurement method and adopts the empirical analysis method for the analysis of the survey results. Microeconomics is the economic theory of studying the economic behavior of individual economic units in society and how the individual values of corresponding economic variables determine the economic behavior of individual economic units, on this basis, studying the modern western market mechanism operation and its role in economic resource allocation, and

proposing microeconomic policy to correct the market failure between individuals and organizations, the basic problem is the decision of resource allocation, the basic theory is the theory of determining the relative price through supply and demand. So the main scope of microeconomics includes consumer choice, manufacturer supply and income distribution. In 1978, under the leadership of Deng Xiaoping, the People's Republic of China began to conduct economic reform, from a planned economy to a market economy. The eastern coastal areas have benefited a lot from these reforms and witnessed rapid economic development. However, the western region of China is very far behind. In March 1999, General Secretary Jiang Zemin put forward the strategy of western development at the ninth National People's Congress. In June 1999, he elaborated on the plan, during which the term Great Western Development was used, marking the beginning of the policy. In January, The State Council established the leading Group for the development of Western Regions in 2000, led by Zhu Rongji. After 20 years of development, by 2020, the GDP of the western region will exceed 21.3 trillion yuan, accounting for about 21 % of the GDP, an increase of 2,4 percentage points over 2010, and the per capita disposable income of urban residents will increase by 142 % over 2010. In the aspect of ecological protection, the situation of ecological environment protection is improving, and the investment of ecological environment management is increasing; in the aspect of opening up, the international trade in the western region continues to deepen; the infrastructure construction of energy, transportation, water conservancy, education, health, social security and public culture have been improved to varying degrees, and the economic and social development has made great progress. However, in the following development process, compared with the towns that have formed the resource agglomeration effect, how to continue to develop the rural and township economy is the most challenging problem [2].

China has been exploring the path of rural development since the reform and opening up. In the report of the 19th National Congress, the country put forward the rural Rural Revitalization strategy for the first time. The rural revitalization strategy inherits and develops the construction of a new socialist countryside, and innovates and optimizes on the original basis of the new rural construction according to the social and economic development in the new stage. This is a very difficult historical process and a complicated and systematic work, so the guiding and decisive position of the grass-roots people's government is particularly critical.

Wei Xue hong in «the northwest in 2022 economic and social situation analysis and 2023 forecast» [3] is put forward: in 2022, the northwest economic recovery, rapid growth of modern service industry, investment in fixed assets growth, the rapid growth of high technology industry investment, overall stable employment situation, moderate consumer prices rise, industrial producer year-on-year price gains. Although 2023 will face difficulties such as micro-inflation and downward real estate pressure, slow growth of residents' income and lack of market consumption power, there will still be development opportunities brought by scientific and technological innovation, new urbanization with county seat, in-depth promotion of digital industrialization, and comprehensive quality upgrading of consumption.

Wei Houkai (director of the Institute of Rural Development, Chinese Academy of Social Sciences) expressed his concerns and expectations in the first issue of «Technical Economy», 2023 [4]: Promoting coordinated regional development is an important way to achieve common prosperity for all the people. In recent years, China's coordinated regional development has achieved remarkable results, and the level and quality of coordinated regional development have been significantly improved. However, relatively speaking, the regional development gap in China is still large, and the uncoordinated regional development presents new features and manifestations.

Yanbing Yin, Qianru Xi in «Economic differences and coordinated development in Northwest China» [5] said: Northwest China is one of the seven major geographical regions in China, including Shaanxi, Gansu, Qinghai, Ningxia and Xinjiang. Since the implementation of a series of national policies such as the western development, the economy of the provinces and autonomous regions in Northwest China has been greatly developed. But the imbalance in the development process is also very prominent. Through the analysis of the factors that affect the transfer of the center of gravity and the impact of the shift on the region, we can explore a better path of regional coordinated development. This paper selects five northwest provinces, according to the center of gravity transfer model, studies the changes of the economic center of gravity from 2000 to 2018, and uses the Theil index method to calculate the difference degree of regional economy. The results show that: the development of Northwest China is not balanced, the economic gap between provinces is large. The economic center of gravity moves to the southeast and deviates from the geographical center of Northwest China. There is a positive relationship between the change of gravity center and the size of economic difference.

J. Edward Taylor, in «Village Economies» [6] said: Most of the world's population and the vast majority of the world's poor live and work in villages. Their activities are usually centred in households, but interactions among households shape the impacts of policy, market and environmental changes on rural production, incomes, employment and migration. This book presents a generation of villagewide economic modelling designed to capture these interactions when assessing the impacts of policy, market and environmental changes on rural economies in less developed countries. The authors present a general framework for modelling village economies based on computable general-equilibrium techniques, estimate models for villages and a village-town in five different countries, and use these models to conduct a series of comparative experiments. The findings offer explanations for some paradoxical outcomes of exogenous shocks as their influence winds its way through rural economies, and they underline the importance of adopting a local economy-wide perspective when designing development policies.

China has been exploring the path of rural development since the reform and opening up. In the report of the 19th National Congress, the country put forward the rural Revitalization strategy for the first time. The rural revitalization strategy inherits and develops the construction of a new socialist countryside, and innovates and optimizes on the original basis of the new rural construction according to the social

and economic development in the new stage. This is a very difficult historical process and a complicated and systematic work, so the guiding and decisive position of the grass-roots people's government is particularly critical. The economic development of towns in northwest China has both reasonable upper plan and advanced experience from abroad to create a solid foundation, including the grassroots governance methods of Japan, Germany and the United States, among which «one village one product» is imported; the development concept of «one village one product» was first initiated by former governor in 1979. At that time, Japan's industrialization and urbanization accelerated, and the gap between urban and rural areas was widening. In order to reverse the situation of rural talents shortage, capital outflow and industrial contraction in Oita Prefecture, improve the vitality of rural areas and revitalize the regional economy, Hiratsuko launched this campaign. »Hihiko hiramusu» to «based on local, look to the world, independent, innovation, cultivate talents, facing the future» as the basic concept, make full use of local resources, development with local characteristics of products, and make these products to the domestic and foreign markets such as big county «cow» (Japan «and cattle» varieties), «snow» sushi, etc.

Practical and (or) theoretical significance of the study. The significance of a study in research refers to its potential importance, relevance, or impact for economic development of villages in Northwest China.

Conclusions and recommendations. First of all, we should realize that China is such a huge country, and the township economy is a part of the country's political economy. As a huge and perfect economic giant like China, the township economy is as important as the capillaries on the giant. The development of township economy determines the life of 500 million Chinese agriculture, forestry, animal husbandry and fishery practitioners in rural towns, and it is also the basic guarantee for the life of 1.4 billion people in China, the world's largest industrial country. China has been exploring the path of rural development since the reform and opening up. In the report of the 19th National Congress, the country put forward the rural Rural Revitalization strategy for the first time. The rural revitalization strategy inherits and develops the construction of a new socialist countryside, and innovates and optimizes on the original basis of the new rural construction according to the social and economic development in the new stage. This is a very difficult historical process and a complicated and systematic work, so the guiding and decisive position of the grass-roots people's government requests further research.

References

1. Huang Qi Fan, «Structural Reform» [M], Zhongxin publishing group, 2020 (2):3-4.
2. The Xinhua News Agency, «In October 2000, the fifth Plenary Session of the 15th CPC Central Committee made further arrangements for this, and the implementation of the western development strategy was fully launched», [N], People's Daily, 2000-9-15.

3. Wei Xue Hong, «Northwest China Development Report (2023)» [R], Northwest Blue Book, 2023:15–18.
4. Wei Hou Kai (director of the Institute of Rural Development, Chinese Academy of Social Sciences) [J] «Technical Economy» 2023, 1, 12–16.
5. Y. Yin, Q. Xi, «Economic differences and coordinated development in Northwest China» [M] Proceedings of Business and Economic Studies, 2020:17–18.
6. J. Edward Taylor, «Village Economies» [M], Cambridge University Press, 2006 (2): 16–35.

УРБАНИЗАЦИЯ В ЯПОНИИ

Е. А. Сысина, *обучающийся*, М. М. Шейдаева, *обучающийся*,
В. Н. Соловьева, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
allucard@list.ru

В данной статье проанализированы причины и особенности урбанизации в Японии, ее влияние на общество и окружающую среду.

Ключевые слова: урбанизация, Япония, рост городов, экономика, экономический рост, численность населения, городское и сельское население.

Урбанизация — это процесс роста городов и перехода населения из сельской местности в города. Она связана с развитием экономики, промышленности и транспорта, а также изменением социальных и культурных стереотипов, приводящих к формированию мегаполисов, улучшению качества жизни, созданию новых социальных и экономических проблем.

Урбанизация характерна для большинства стран мира: в одних странах она идет высокими темпами, характеризуется созданием городских агломераций, а в других очень медленно.

Данные о соотношении городского и сельского населения в некоторых странах Азии и в мире в целом даны в таблице.

Страны/регионы Азии с высоким уровнем урбанизации в 2023 году

Страна/ регион	Городское население, чел.	Сельское население, чел.	Доля городского населения, %
Китай, САР Гонконг	7 725 859	0	100,0
Сингапур	6 119 203	0	100,0
Кувейт	4 544 704	0	100,0
Китай, САР Макао	691 748	0	100,0
Катар	2 965 657	18 301	99,39
Израиль	8 571 846	650 571	92,95
Иордания	9 717 492	821 433	92,21
Япония	114 979 260	9 816 656	92,13
Мир	4 695 752 643	3 413 780 180	57,90

Составлено по [1].

В 2023 году в Сингапуре, Кувейте и двух регионах Китая отмечался уровень урбанизации 100 % при мировом показателе 57,9 %.

Крупнейшей городской агломерацией в мире, насчитывающей в 2023 году 37,8 млн человек, стала Токио-Иокогама в Японии; Джакарта (Индонезия) заняла второе место с 34 млн жителей, а Дели (Индия) — третье с 32 млн жителей [2].

В четырех регионах Азии в настоящее время проживает в городах 100 % населения, девять стран достигли уровня урбанизации выше 90 %. При этом у 20 стран отмечается данный показатель ниже мирового, а наименьший уровень урбанизации среди азиатских стран у Шри-Ланки — 19,42 % [1].

В Японии первые города появились еще в Средние века, но они были небольшими и не имели большого значения для экономики страны. С развитием промышленности в конце XIX века начался активный процесс роста численности городского населения, а за последние десятилетия страна стала одной из самых урбанизированных в мире с высокой плотностью населения и современными городскими структурами.

В 2023 году в Японии насчитывалось 780 городов с общим населением в 125,45 млн человек; доля городского населения составила 93,5 % — 15,29 млн человек, а средний возраст жителей — 49,1 года [3]. За последнее десятилетие наблюдалось снижение численности населения в стране (рис. 1) [3].

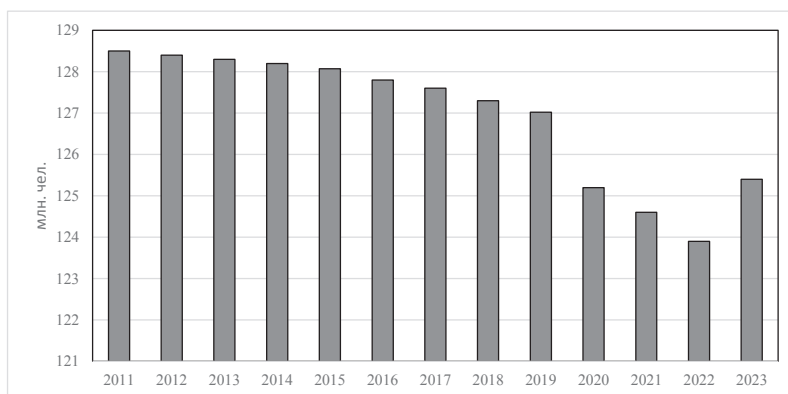


Рис. 1. Динамика численности населения Японии за 2011–2023 гг.

Сокращение численности населения Японии высокими темпами связано с демографическим кризисом и демографическим старением населения страны. В 2022 году оно составило 801 тыс. человек по сравнению с предыдущим годом, что стало самым большим снижением во всех 47 префектурах с момента начала исследования в 1968 году. Динамика городского и сельского населения Японии дана на рис. 2 [5].

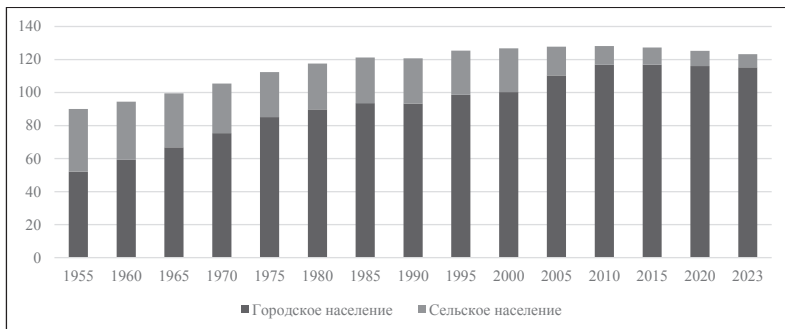


Рис. 2. Городское и сельское население Японии

Крупнейшей городской агломерацией в Японии и в мире является Токийская агломерация. По данным ежегодного издания «Демография мира городские территории», в Токио-Иокогама проживали 37,785 млн человек, в Осаке-Кобе — Киото 14, 916 млн человек, в Нагое — 9, 439 млн человек [6, с. 6].

Мегаполисы и городские агломерации Японии имеют огромное экономическое и культурное значение для страны, поскольку являются крупнейшими промышленными и финансовыми центрами, а также центрами науки, образования и культуры. Большинство крупных японских компаний имеют свои офисы и производственные предприятия в мегаполисах.

Факторы, способствующие урбанизации в Японии:

1. Экономический рост. Япония — одна из крупнейших экономик мира, и ее большие города служат центрами бизнеса и коммерции. В рейтинге экономик мира в 2023 г., по данным ООН, Япония заняла 3-е место с ВВП 4,9 трлн дол. США. Экономическое развитие привлекает людей из сельской местности в города, создавая больше возможностей для работы и достижения благосостояния; ВВП на душу населения в 2022 году составил 36,032 тыс. дол. США [7].

2. Технологические инновации. Япония славится своими технологическими достижениями и инновациями. Страна имеет стабильно высокие позиции в высоких технологиях, автомобилестроении, медицине, робототехнике и в других сферах. Множество крупных технологических компаний базируются в городах страны, привлекая специалистов и инженеров со всего мира, что способствует росту городской популяции и ускоряет процесс урбанизации.

3. Цифровая трансформация. Япония стремится стать одной из ведущих цифровых наций. Умные города, цифровая инфраструктура и развитие технологии играют ключевую роль в урбанизации. Цифровая трансформация помогает решить проблемы, связанные с транспортом, энергией, безопасностью и комфортом жизни горожан.

4. Более высокие доходы и уровень жизни в городах побуждают сельских жителей отправляться туда с целью повышения своего социального статуса и заработков [8].

Вызовы урбанизации Японии

1. Перенаселение, ограниченное пространство. Япония — одна из самых плотно населенных стран мира. Увеличение числа жителей в городах приводит к перенаселенности и ограниченности площади для жилья и инфраструктуры, что ставит перед страной проблему сохранения баланса между развитием и комфортом городской среды.

2. Социокультурные изменения. Урбанизация в Японии привела к нескольким социальным проблемам, таким как перенаселение, бездомность и социальная изоляция. Недостаток свободного пространства в мегаполисах приводит к перенаселению и высокому уровню стресса среди населения. Бездомность является значительной проблемой в японских мегаполисах, где многие люди живут на улицах [3].

Социальная изоляция также является проблемой, так как в больших городах люди часто чувствуют себя одинокими и оторванными от общества. Для решения этих проблем необходимо развигать социальные программы, которые будут направлены на помощь бедным и бездомным людям, а также на создание комфортных условий для жизни в мегаполисах [4].

3. Экологические проблемы. Урбанизация привела к загрязнению воздуха, воды и почвы, потере биоразнообразия. Загрязнение воздуха — одна из наиболее заметных проблем, особенно в городах с высокой плотностью населения, таких как Токио и Осака. Водные ресурсы также подвергаются загрязнению, особенно из-за промышленных выбросов и неадекватной обработки сточных вод [3]. Рост городов и городских агломераций, занимающих все большую территорию, сокращение природных зон и их замена на жилые и коммерческие объекты приводят к утрате биоразнообразия. Решение этих проблем требует развития экологических программ, направленных на снижение выбросов и улучшение качества воды и почвы, а также на сохранение природных зон и биоразнообразия. Большое количество автомобилей и промышленных предприятий в японских мегаполисах являются основными источниками экологического загрязнения.

Направления решения проблем урбанизации в Японии:

- создание экологически чистых технологий;
- развитие общественного транспорта;
- внедрение социальных программ для бедных;
- сохранение окружающей среды и биоразнообразия;
- рекультивация земель, восстановление природных зон и озеленение городов для улучшения качества воздуха и снижения уровня шума и создания благоприятной среды для жизни людей и животных [3].

Урбанизация в Японии имеет как положительные, так и отрицательные аспекты: мегаполисы не только являются крупнейшими экономическими и культурными центрами страны, раскрывающими большие возможности для населения страны, но также приводят к серьезным социальным и экологическим проблемам, для решения которых необходима активная работа по созданию экологически чистых технологий, развитию общественного транспорта и внедрению социальных программ для бедных. В целом решение проблем

урбанизации в Японии требует комплексного подхода, который должен включать в себя как экологические, так и социальные меры. Только такой подход поможет сохранить природные ресурсы и обеспечить благоприятную среду для жизни всех людей.

Список литературы

1. List of countries by urban population. UN (World Urbanisation Prospects, 2018) [Электронный ресурс]. — URL: <https://statisticstimes.com/demographics/countries-by-urban-population.php> (дата обращения: 03.02.2024).
2. Einar H. Dyvik Global megacity populations 2023 [Электронный ресурс]. — URL: https://www-statista-com.translate.goog/statistics/912263/population-of-urban-agglomerations-worldwide/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc (дата обращения: 17.01.2024).
3. Japanese population falls in all 47 prefectures for first time [Электронный ресурс]. — URL: https://www-japantimes-co-jp.translate.goog/news/2023/07/26/national/japan-population-fall/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc (дата обращения: 12.03.2024).
4. Urban PopulationJapan Urban vs.rural Population from 1955 to 2023Rural PopulationUrban [Электронный ресурс]. — URL: https://www-worldometers-info.translate.goog/demographics/japan-demographics/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc (дата обращения: 25.03.2024).
5. Demographia World Urban Areas (Built-Up Urban Areas orUrban Agglomerations) 19th Annual: August 2023 [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.demographia.com/db-worldua.pdf> (дата обращения: 25.03.2024).
6. Рейтинг экономики развитых стран мира в 2023–2024 году [Электронный ресурс]. — URL: <https://visasam.ru/emigration/vybor/ekonomika-stranmira-2.html> (дата обращения: 25.03.2024).
7. Урбанизация стран зарубежной Азии [Электронный ресурс]. — URL: <https://visasam.ru/emigration/vybor/urbanizaciya-azii.html> (дата обращения: 25.03.2024).

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ПРОГРАММ

С. А. Усынина, *обучающийся*, А. И. Сорокина, *канд. экон. наук*
Ангарский государственный технический университет (АнГТУ),
г. Ангарск, Россия
annasorokina_07@mail.ru

В работе рассматриваются различные методики оценки эффективности реализации муниципальных программ. Предлагается усовершенствовать действующую методику оценки эффективности муниципальных программ Ангарского городского округа путем введения новых и пересмотра порядка расчета действующих показателей, а также рассмотрения возможности применения весовых коэффициентов, учитывающих важность критериев для определения итоговой оценки эффективности программы.

Ключевые слова: муниципальная программа, оценка эффективности муниципальных программ, эффективность реализации муниципальных программ.

Муниципальная программа — это документ стратегического планирования, включающий комплекс мероприятий, направленных на эффективное достижение целей социально-экономического развития муниципального образования. Согласно ст. 34 Бюджетного кодекса РФ, при составлении и исполнении бюджетов участникам бюджетного процесса следует исходить из необходимости достижения заданных результатов с использованием наименьшего объема средств (экономности) и достижения наилучшего результата с использованием определенного бюджетом объема средств (результативности). Следовательно, построение оптимальной и качественной системы оценки эффективности реализации муниципальных программ является актуальной проблемой, требующей рассмотрения и совершенствования.

В российском законодательстве отсутствуют общие требования к содержанию методики оценки эффективности реализации программ, следовательно, каждый муниципалитет определяет свои критерии оценки и применяет их локально. Цель настоящего исследования — рассмотреть опыт ряда муниципальных образований в области расчета эффективности реализации муниципальных программ и возможность его распространения на другие муниципалитеты.

Изучив несколько методик, можно сделать вывод о том, что ряд муниципалитетов использует более широкий спектр критериев оценки по сравнению с другими (например, города Пятигорск, Нижний Новгород) либо присваивают показателям весовые коэффициенты, определяющие важность данного критерия для итоговой оценки эффективности программы (города Иркутск, Уфа, Пятигорск, Нижний Новгород). Кроме того, в некоторых городах полученным процентным показателям присуждается балльная оценка. Тем самым используется интегральная оценка (г. Уфа, г. Нижний Новгород) [1, 2, 3].

В Ангарском городском округе (далее — АГО) оценка эффективности реализации муниципальных программ проводится на основании постановления Администрации АГО от 20.06.2016 г. № 1458-па «Об утверждении Порядка

проведения оценки эффективности реализации муниципальных программ Ангарского городского округа». В соответствии с данным постановлением оценка эффективности реализации программ в АГО осуществляется в два этапа: оценка эффективности реализации подпрограмм, входящих в муниципальную программу, и оценка эффективности реализации самой программы. При этом процедура оценки эффективности подпрограммы состоит из следующих этапов:

- 1) оценка степени достижения цели и решения задач подпрограммы;
- 2) оценка степени соответствия запланированному уровню затрат подпрограммы;
- 3) оценка эффективности использования средств бюджета;
- 4) оценка эффективности реализации подпрограммы.

Далее проводится оценка эффективности реализации уже самой муниципальной программы, которая включает в себя только первый и последний этапы (сколько достигнуто целевых показателей) и итоговая оценка по исполнению программы в целом с учетом полученных результатов эффективности всех подпрограмм [4].

Анализируя перечень критериев методики АГО и сравнивая его с методиками ряда других муниципалитетов (г. Нижний Новгород, г. Уфа), видно отсутствие такого критерия, как оценка организации управления и контроля за ходом реализации муниципальной программы.

В связи с этим предлагаем дополнить действующий порядок оценки эффективности реализации программ АГО показателями, позволяющими оценить данный критерий. В основу их расчета можно предложить разработку О. В. Кузьменко и М. Ю. Гинзбург, по предложенной методике рассчитывается коэффициент, учитывающий объемы поступивших средств из федерального и регионального бюджетов и внебюджетных источников, позволяющий провести оценку путем определения объема привлеченных средств на 1 рубль собственных средств бюджета муниципального образования. Также авторами предлагается проводить оценку своевременности корректировки программы (подпрограммы) и качества предоставляемой отчетности [1].

Кроме того, предлагаем учесть при расчете показателя, определяющего степень соответствия запланированному уровню затрат, сумму бюджетных ассигнований, не исполненных по объективным причинам. Это позволит получить более достоверные результаты оценки. В действующем порядке АГО данный показатель рассчитывается как отношение фактически произведенных в отчетном году расходов на реализацию подпрограммы к их плановым значениям. Так, например, в методике г. Красноярска в числителе показателя сумма фактического объема бюджетных ассигнований, направленных на реализацию программы, увеличена на сумму бюджетных ассигнований, не исполненных по объективным причинам [3]. К ним следует отнести экономию бюджетных ассигнований по различным причинам, кредиторскую задолженность и пр.

Для учета степени важности критериев для более качественной итоговой оценки эффективности реализации муниципальных подпрограмм предлагаем в действующем порядке АГО рассмотреть возможность присвоения каждому показателю весового коэффициента.

Так, например, в методиках г. Иркутска, г. Уфы критериям оценки степени достижения цели программы и соответствия запланированному уровню затрат присваивается более высокий весовой коэффициент (0,4), критерию оценки контроля за ходом реализации присваивается меньший вес (0,2). Указанные весовые коэффициенты могут быть скорректированы в соответствии с приоритетами муниципального образования.

По действующей методике реализация муниципальных программ в АГО за последние два года показала следующие итоги. В 2021 году из 15 программ эффективность 14 программ признана высокой, эффективность одной программы — удовлетворительной. В 2022 году у 11 программ высокая эффективность, у трех программ — средняя и одна программа удовлетворительная. Показатели исполнения программ со средней и удовлетворительной степенью эффективности реализации АГО представлены в таблице [5].

Исполнение муниципальных программ АГО за 2021–2022 гг. со средней и удовлетворительной степенью эффективности реализации

Наименование программы	Исполнение, %	
	2021 г.	2022 г.
«Доступное жилье» на 2020–2024 гг.	29,9	64,6
«Развитие ЖКХ» на 2020–2024 гг.	63,1	26,8
«Благоустройство территории» на 2020–2024 гг.	93,0	95,7
«Устойчивое развитие внегородских территорий» на 2020–2024 гг.	95,8	90,4

Эффективность программы «Доступное жилье» в 2021 и 2022 году признана удовлетворительной. Низкое исполнение программы при этом объясняется проблемами с заключением соглашений о предоставлении возмещения за изымаемые жилые помещения с собственниками жилья.

Считаем, что совершенствование методики оценки эффективности реализации муниципальных программ Ангарского городского округа и использование опыта других муниципальных образований позволит более качественно и всесторонне провести оценку и принимать правильные и своевременные управленческие решения для наиболее эффективного достижения поставленных целей. Кроме того, отсутствие единой общероссийской методики оценки эффективности реализации муниципальных программ предполагает дальнейшую необходимость проведения научных исследований в данной области.

Список литературы

1. Кузьменко, О. В., Гинзбург, М. Ю. Методика оценки эффективности реализации муниципальных программ на основе стандартизованного показателя / О. В. Кузьменко, М. Ю. Гинзбург // Journal of new

- economy. — 2015. — № 6 (62). — С. 68–76 [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-otsenki-effektivnosti-realizatsii-munitsipalnyh-programm-na-osnove-standartizirovannogo-pokazatelya> (дата обращения: 14.02.2024).
2. Яруллин, Р. Р., Манайчева, А. П. Оценка эффективности реализации муниципальных программ / Р. Р. Яруллин, А. П. Манайчева // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2018. — № 12–2. — С. 81–85 [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-realizatsii-munitsipalnyh-programm> (дата обращения: 15.02.2024).
 3. Об утверждении Порядка оценки эффективности реализации муниципальных программ: постановление Администрации города Красноярска от 03.03.2015 г. № 105 [Электронный ресурс]. — URL: <https://docs.cntd.ru/document/432891568> (дата обращения: 16.02.2024).
 4. Об утверждении Порядка проведения оценки эффективности реализации муниципальных программ Ангарского городского округа: постановление администрации АГО от 20.06.2016 г. № 1458-па [Электронный ресурс]. — URL: <https://angarsk-adm.ru/administratsiya/munitsipalnye-pravovye-akty/> (дата обращения: 10.02.2024).
 5. Сводный доклад о ходе реализации и об оценке эффективности реализации муниципальных программ АГО за 2022 год [Электронный ресурс]. — URL: <https://angarsk-adm.ru/upload/iblock/69f/8mxhts523ycisarft2tjeryu5mcw58y/Svodnyy-doklad-o-khode-realizatsii-i-ob-otsenke-effektivnosti-realizatsii-munitsipalnykh-programm-AGO-za-2022-god.pdf> (дата обращения: 17.02.2024).

АНАЛИЗ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РФ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

А. А. Федотова

Научный руководитель: Л. В. Шикова, *канд. экон. наук, доцент*
 Мариупольский государственный университет им. А. И. Куинджи
 (МГУ им. А. И. Куинджи),
 г. Мариуполь, Россия
 anastasia.fedotova685@mail.ru

В работе проводится анализ внешнеэкономической деятельности (ВЭД) в период введения санкций в 2022 году. Рассматриваются новые направления сотрудничества с дружественными странами.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, экспорт, импорт, санкции, дружественные страны.

На данный момент представленная тема достаточно актуальна, так как введенные санкции против России в последние годы повлияли на динамику и развитие экономики в целом и на развитие внешнеэкономической деятельности в частности. Сегодня происходит полный процесс реформирования экономики России и в первую очередь в направлении смены стратегических партнеров.

Целью статьи является оценка влияния санкций на ВЭД России и нахождение новых путей для перспективного развития международных отношений с акцентом на экспорт и импорт продукции.

Применяются методы сравнения и анализа, синтеза, дедукции и индукции.

Экономические санкции, которые были введены странами Запада и США против России очень сильно повлияли на внешнеэкономические отношения, а именно: санкции против услуг, товаров, финансов, фирм и определенных лиц, также прекращены на некоторое время действия положения в ВТО, которые противоречат принципу недискриминации между своими торговыми партнерами. Все эти шаги привели к изменению вектора внешнеэкономической политики Российской Федерации.

В таблице представлена динамика показателей экспорта и импорта за период введения санкций (2013–2022 гг.).

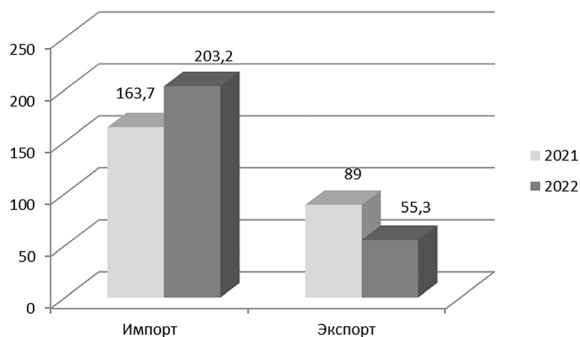
**Экспортно-импортные потоки в 2013–2022 гг. (за III квартал),
млрд дол. [1]**

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Экспорт	149,05	143,50	91,85	84,80	99,68	127,95	119,81	89,71	146,25	153,0
Импорт	125,49	116,90	75,21	73,60	88,99	88,87	93,42	74,62	98,95	84,61

Таким образом, анализируя показатели таблицы, видим, что за период 2013–2022 гг. экспортно-импортные потоки носят циклический характер.

В период 2013–2016 гг. наблюдается тенденция к снижению показателей экспорта и импорта, в период 2016–2022 гг. показатели приобретают циклический характер.

До введения санкционных мероприятий внешнеэкономическая деятельность России и Европейского союза была тесно связана. Так в 2021 г. для Евросоюза Россия была пятым торговым партнером. Анализируя показатели экспорта и импорта России и Евросоюза (рисунок), видим, что импорт в 2022 году увеличился на 24 % в сравнении с 2021 г., а экспорт в 2022 г. снизился на 38 %.



Изменение импорта из России в страны ЕС и экспорта из стран ЕС в Россию до и после введения санкций [2]

Прогнозируя приоритетные направления отечественной внешнеэкономической деятельности, Российский экспортный центр (РЭЦ) составил карту приоритетных направлений российского экспорта. Данная карта поделена на четыре группы [3].

Группа 1. «Сохранение и укрепление» (35,9 млрд дол.) — Белоруссия, Казахстан, Азербайджан, Узбекистан.

Группа 2. «Расширение и рост» (46,9 млрд дол.) — Китай, Турция, Индия, Иран, Египет, Алжир, Вьетнам.

Группа 3. «Завоевание и экспансия» (15,7 млрд дол.) — Аргентина, Бангладеш, Бразилия, Израиль, Индонезия, Ирак, Малайзия, Мексика, Нигерия, ОАЭ, Пакистан, Сирия, Таиланд, Филиппины, ЮАР.

Группа 4. «Страны четвертого пояса» (4,6 млрд дол.) — Ангола, Афганистан, Венесуэла, Гана, Кения, Кот-д'Ивуар, Куба, Марокко, Монголия, Мьянма, Сенегал, Сербия, Туркмения, Эквадор, Эфиопия.

Таким образом, во время введения санкций важным стало стремление к деятельности РФ со странами — представителями организации, членом которой она является:

— БРИКС, в которую входят Индия, Бразилия, ЮАР, КНДР. Россия намерена развиваться в коллаборации с этими странами, ведь они обладают высоким потенциалом экономического роста;

— ЕАЭС, в нее входят Беларусь, Армения, Киргизия и Казахстан. Для начала требуется создать стратегию Большого Евразийского партнерства (БЕП). Оно будет направлено на воспроизведение главных мировых вызовов. Кроме того, должны будут входить страны ШОС, СНГ, АСЕАН, а также государства, которые лидируют в списке крупнейших экономик мира;

— ШОС, в нее входят Узбекистан, Киргизия, Казахстан, Китай, Таджикистан, Индия и Пакистан. Расширение деятельности будет осуществляться в «зеленой» экономике, промышленной кооперации, торговле и цифровизации [4].

Прогноз Минэкономразвития: к концу 2030 года 68–70 % экспорта Российской Федерации будет приходиться на страны, которые не поддержали западные страны и не присоединились к антироссийским санкциям.

Страны, которые были перечислены выше, а также страны Латинской Америки являются торговыми товариществами России на мировом рынке.

В заключение можно сказать, что введенные санкции западных стран и США на внешнеэкономическую деятельность РФ значительно отразились на экономике страны и на тактике ее развития. Несмотря на негативные последствия в начале применения санкций, на сегодняшний день они стали стимулирующим фактором перестройки экономики России, что в целом привело к положительным изменениям.

Рекомендации. Развитие и внедрение программ импортозамещения позволит российской экономике быть менее зависимой от импортируемой продукции. Нахождение новых путей для экспорта российской продукции поможет усилить экономику страны. В результате правильной стратегии можно снизить негативное влияние введенных санкций на внешнеторговые договоры. Поэтому важным и необходимым шагом является внедрение государственных программ развития внешнеэкономической деятельности и поддержки отечественной экономики. В качестве дальнейших исследований перспективным направлением является изучение механизмов стратегического развития ВЭД России с учетом современных глобальных трансформаций.

Список литературы

1. Соболев Т. С., Шарай А. И. Современное состояние экономики России в условиях санкций и перспективы ее развития // Вестник Московского университета им. С. Ю. Витте. Серия 1. Экономика и управление. — 2023. — № 1 (44). — С. 7–15.
2. Нарбут В. В., Шпаковская Е. П. Векторы развития внешней торговли России в условиях санкций // Вестник Института экономики Российской академии наук. — 2023. — № 2. — С. 131–148.
3. Как изменилась внешняя торговля России с начала СВО [Электронный ресурс]. — URL: https://octagon.media/ekonomika/kak_izmenilas_vneshnyaya_torgovlya_rossii_s_nachala_svo.html?ysclid=lt7yx7k7x6834515490.
4. Рост торговли со странами ШОС, озвученный на саммите. Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.economy.gov.ru/> (дата обращения: 16.12.2023).

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

С. М. Хоронеко

Научный руководитель: С. Н. Лебедева, *д-р экон. наук, профессор*
Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации (БТЭУ ПК),
г. Гомель, Беларусь
novikova.svetlana.m@mail.ru

В статье рассмотрена оценка инновационного потенциала Республики Беларусь в разрезе регионов с применением весовых систем и авторских формул сопоставления данных, выделены элементы инновационного потенциала и показатели этих элементов.

Ключевые слова: инновация, потенциал, элементы, показатели, группы, ресурсы, результаты, методика, оценка, ранг.

С целью обоснования стратегического развития регионов, промышленных организаций необходимо производить оценку инновационного потенциала. Ряд исследуемых методик оценки инновационного потенциала позволил определить важные принципы построения методики при разработке авторской методики оценки инновационного потенциала регионов и промышленных организаций. Задача построения методики оценки инновационного потенциала заключается в первую очередь в выработке показателей для сравнения регионов и промышленных организаций.

В табл. 1 были выделены элементы инновационного потенциала регионов Республики Беларусь и соответствующие показатели.

Таблица 1

Показатели оценки инновационного потенциала регионов Республики Беларусь

Наименование показателя	
1. Ресурсы	
1.1. Функционирующие ресурсы	
1.1.1. Человеческий потенциал	
1	Выпуск специалистов с дипломом о высшем образовании, чел.
2	Выпущено специалистов с дипломом магистра, чел.
3	Выпуск из аспирантуры, чел.
4	Выпуск из докторантуры, чел.
5	Доля персонала, занятого научными исследованиями и разработками, %
6	Доля исследователей в общем количестве научного персонала, %
7	Доля исследователей с высшим образованием в общем количестве исследователей, %
8	Доля кандидатов наук в общем количестве исследователей, %

Наименование показателя	
9	Доля докторов наук в общем количестве исследователей, %
1.1.2. Финансовый потенциал	
1.1.2.1. Творческий потенциал	
1	Доля текущих затрат на научные исследования, %
2	Доля затрат на фундаментальные научные исследования, %
3	Доля затрат на прикладные научные исследования, %
4	Доля затрат на экспериментальные разработки, %
5	Доля затрат на инновации в разрезе обучения и подготовки персонала, связанных с инновациями, %
1.1.2.2. Общие затраты	
1	Доля затрат организаций промышленности на инновации, %
2	Доля затрат на инновации в разрезе оплаты труда, %
1.1.3. Техничко-технологический потенциал	
1	Коэффициент обновления основных средств, %
2	Коэффициент износа основных средств, %
1.1.4. Дополнительный потенциал	
1	Доля организаций промышленности, осуществляющих затраты на инновации, %
2	Объем выполненных научных исследований и разработок, оказанных услуг на одного исследователя, тыс. р.
3	Число организаций, выполняющих НИиР на одного исследователя, ед.
1.1.5. Инфраструктурный потенциал	
1	Технопарки, ед.
2	Центры трансфера технологий, ед.
3	Субъекты инфраструктуры, ед.
1.2. Потенциал на стадии подготовки	
1	Численность студентов в учреждениях высшего образования (УВО) по профилю образования на одно УВО, чел.
2	Численность магистрантов, чел.
2. Результаты	
1	Доля объема отгрузки инновационной продукции, %
2	Отгружено новой продукции для внутреннего рынка, %
3	Отгружено новой продукции для мирового рынка, %
4	Доля экспорта в общем экспорте страны, %
5	Доля экспорта в общем объеме отгруженной инновационной продукции, %
6	Количество проектов по осуществлению инновационной деятельности, приходящихся на одну организацию, ед.

Методика включает в себя оценку ресурсов и результатов инновационного потенциала регионов Республики Беларусь. Основой оценки ресурсов инновационного потенциала выступают: 1) функционирующие ресурсы, а именно: человеческий потенциал, финансовый потенциал, инфраструктурный потенциал,

технико-технологический потенциал и дополнительный потенциал; 2) потенциал на стадии подготовки, представленный студентами УВО (табл. 1).

Так, на основании показателей, представленных в табл. 1, была рассчитана авторская методика оценки инновационного потенциала регионов Республики Беларусь, базирующаяся на авторских формулах сопоставления данных, имеющих разные единицы измерения, и применена весовая система для каждой группы, подгруппы и самих показателей. Результаты расчетов представлены в табл. 2.

Таблица 2

Итоговая оценка показателей инновационного потенциала регионов Республики Беларусь

Название области	Результат	Место
Брестская	0,858	5
Витебская	0,748	6
Гомельская	1,234	2
Гродненская	0,913	4
г. Минск	1,236	1
Минская	1,187	3
Могилевская	0,64	7

Примечание. Источник: собственная разработка на основании [1 – 5].

На основании проведенной оценки можно отметить, что среди регионов Республики Беларусь в структуре показателей инновационного потенциала лучшими являются г. Минск, Гомельская и Минская области. Последние места по уровню инновационного потенциала занимают Витебская и Могилевская области (см. табл. 2).

Каждый регион Республики Беларусь должен стремиться достичь результата ближе или равному двум на основании формул сопоставления данных. Таким образом, все регионы страны должны стремиться достичь тех же результатов, что и регион, в нашем случае — г. Минск, который достиг наивысшего показателя среди других, при этом учитывая свои результаты по каждому показателю.

Такая методика является гибкой. Она может быть применена для абсолютно любой страны и ее регионов, при этом добавляя, либо заменяя соответствующие показатели и оценку их весовой системы в дальнейшем на примере регионов Республики Беларусь. Методика достаточно проста в расчете и может быть применена для оценки не только регионов, но и в построении международных рейтингов инновационного развития стран между собой, а также для оценки социально-экономического и инновационного развития организаций с применением соответствующих показателей.

Республике Беларусь необходимы, на наш взгляд, именно инновационные проекты с минимальными рисками, так как другие проекты страна не может

финансировать — это огромные затраты, высокие риски и длительный срок окупаемости. Чтобы разработать инновационные проекты, нужен персонал, который сможет предложить инновационные идеи государству, расширить фундаментальные исследования, помочь в их реализации либо корректировке, что представляет научный интерес для нас сегодня в виде разработки «Школы диагностики инновационного потенциала личности» при университете и применения альтернативных методов оценки персонала, на сегодняшний день не используемых в организациях Республики Беларусь.

Список литературы

1. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь = Science and innovation activity in the Republic of Belarus: стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь; редкол.: И. В. Медведева (пред.) [и др.]. — Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2022. — 94 с.
2. О научной и инновационной деятельности в Республике Беларусь в 2020 г.: стат. бюл. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск : [б. и.], 2020. — 115 с.
3. О научной и инновационной деятельности в Республике Беларусь в 2021 г. : стат. бюл. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск : [б. и.], 2020 [Электронный ресурс]. — URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_bulletin/index_50314/ (дата обращения: 02.03.2023).
4. Регионы Республики Беларусь. Т. 2 : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь; редкол.: И. В. Медведева (пред.) [и др.]. — Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2022. — 588 с.
5. Статистический ежегодник: стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь : редкол.: И. В. Медведева (пред.) [и др.]. — Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2022. — 374 с.

УДК 336.64

ИССЛЕДОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В КИТАЕ В ЭРУ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

К. Цуй

Научный руководитель: И. П. Монич, *канд. экон. наук, доцент*
Забайкальский государственный университет (ЗабГУ),
г. Чита, Россия
924195120@qq.com

Электронная коммерция стала неотъемлемой частью современных деловых операций. Благодаря быстрому развитию интернета и цифровых технологий электронная коммерция стала для предприятий важнейшим инструментом привлечения клиентов и расширения своей деятельности по всему миру. В Китае как одной из крупнейших экономик мира в последние годы наблюдается значительный рост сектора электронной коммерции. Данное исследование направлено на изучение развития индустрии электронной коммерции Китая под влиянием экономической глобализации.

Ключевые слова: электронная коммерция Китая, стратегия развития, экономическая глобализация.

RESEARCHING THE DEVELOPMENT OF CHINA'S E-COMMERCE IN THE ERA OF ECONOMIC GLOBALIZATION DIGITAL PLATFORM ECONOMY

K. Cui

I. P. Monich, PhD in Economics, associate professor
Transbaikal State University, Chita, Russia
924195120@qq.com

E-commerce has become an integral part of modern business operations. With the rapid development of the internet and digital technologies, e-commerce has become a critical tool for businesses to reach their customers and expand their operations globally. China, as one of the world's largest economies, has witnessed significant growth in its e-commerce sector in recent years. This research aims to explore the development of China's e-commerce industry under the influence of economic globalization.

Keywords: China's E-commerce, development strategy, Economic Globalization.

Research background and relevance. With the rise and development of the Internet, the new economy with e-commerce as the core is developing vigorously. Globalization has increased market openness and trade opportunities, providing opportunities for improving the socialist market economic system. In such a huge background, e-commerce, as a new type of economic situation, has unique advantages, and can make full use of the new model and new characteristics of e-commerce under the development of new technologies and new theories to expand and develop on a global scale.

In the mode of e-commerce, the establishment of the real meaning of customer relationship management system, through e-commerce, can promote a variety of

information exchange, timely access to a variety of information, to ensure the scientific and timely information. Through the Internet, businesses can directly communicate with each other, negotiate and sign contracts, and consumers can also reflect their feedback and suggestions to the website of the company or business. Enterprises or merchants can timely investigate product types and service quality according to consumer feedback, so as to achieve positive interaction, while the traditional business model can no longer meet the requirements of customer-centric.

Research purpose. Starting from the definition of the concept of globalization and the macro aspect of economic globalization, this paper analyzes the emergence and development of globalization, its connotation, characteristics and influence on e-commerce, and further explains the globalization of e-commerce.

In-depth exploration of the globalization of e-commerce industry in developed countries abroad, according to the measures and means taken by the development strategy, understand the commonality and individuality of the development of e-commerce industry from the micro level, show the latest development trends of international e-commerce globalization, and provide reference for the globalization development of China's e-commerce.

Research methods and tools: (1) Literature research method. Through reading books related to e-commerce and globalization, I have a clear understanding of the global development of e-commerce, sort out and analyze its views and opinions, understand the background of The Times, and provide support for this paper. Understand the latest theories and technologies of e-commerce and explain the future development of e-commerce. Based on the views and opinions of the outstanding scholars mentioned above, we can understand the differences and sources of the scholars, and find the appropriate perspectives and angles to provide the basis for the writing of this paper. **(2) Combination of quantitative and qualitative.** The quantitative research will involve collecting and analyzing data on China's e-commerce industry, including market size, growth trends, and consumer behavior. The qualitative research will involve conducting interviews with experts in the e-commerce industry, as well as focus groups with consumers.

(3) Comparative research method. This paper analyzes the globalization development mode and strategy of excellent e-commerce enterprises at home and abroad, and makes a comparative analysis according to local conditions, and draws valuable experience to provide reference for China's e-commerce services and the globalization development of China's e-commerce.

Practical and theoretical significance of the study. The theoretical significance of this paper is to analyze the interaction between globalization and e-commerce from the perspective of globalization. In particular, e-commerce shows new patterns and features under the development of new technology and new theory, and the formulation of e-commerce development strategy in China.

The practical significance is that in the change of the new model and theory of the world e-commerce, China's e-commerce industry is facing opportunities and challenges, studying the internal operation law of the development of China's e-commerce and the world's e-commerce, analyzing the latest trends and measures of e-commerce in developed countries abroad, and actively offering suggestions

for the development strategy of China's e-commerce. Improve our position in the international division of labor and strengthen our overall national strength.

The research findings will provide insights into the development of China's e-commerce industry under the influence of economic globalization. The study will help identify the challenges and opportunities facing the sector and recommend strategies for its sustainable development.

Literature review. Economic globalization has increased the openness of the market and trade opportunities, in the e-commerce model, the establishment of a truly meaningful customer relationship management system, through e-commerce, can promote a variety of information exchange, timely access to a variety of information, to ensure that the information is scientific and timely. Globalization enables the free flow of goods, services, capital, technology and personnel around the world, enables countries to conduct global trade in combination with their national advantages and characteristics, optimizes the allocation of resources among countries, and improves the efficiency of resource utilization [1].

Driven by the network, a series of e-commerce platforms have been derived, providing a more convenient way for domestic and foreign trade. First of all, the e-commerce platform (C2C) is a familiar online transaction platform, mainly small amount of transactions.

Secondly, the e-commerce platform (B2C) is also a well-known online trading platform, but the operation model of this platform is fundamentally different from C2C [2].

The globalization of e-commerce has also given rise to many problems. First, it is a technical barrier. Many technical difficulties still prevail and are clearly seen as a major challenge to the development of global e-commerce. In addition, this group of issues includes infrastructure development issues or organization-level issues related to integrating new e-commerce solutions into existing outdated systems, standards issues, issues related to Internet functionality, security issues, etc.

An identifiable, but extremely important, factor is cognitive impairment. In most developing countries, enterprises, technical resources, lack of awareness and understanding of existing potential, underestimation of risks and inertia often lead to a negative evaluation of the overall e-commerce system [3].

With the emergence of cross-border e-commerce, the international trade theory began to be more and more questioned. From the perspective of international trade theory, this is a challenge and a disagreement. The original international trade theory has gradually failed to meet the current trend of trade development.

The pattern of international trade is quietly changing, transnational e-commerce has become a new international trade model, and the trade model has been upgraded and transformed.

On the one hand, China's information infrastructure is not perfect, customs, foreign exchange management, banks, and international trade tax laws and regulations are not perfect, for our enterprises in the international tax evasion, tax evasion, tax avoidance and tax evasion provide favorable conditions; On the other hand, due to

the development of electronic commerce paperless, virtualization, computer password and other technologies, it is difficult for tax departments to collect and grasp the transaction information of taxpayers. In addition, the lack of tax administration in our country also makes the loss of tax burden more serious [4].

A number of authors indicate the need for state regulation of the economy as a whole and its food subcomplex to ensure a decent level of food security in global markets in the context of globalization [6].

Finally, In the development of e-commerce, enterprises can take a variety of measures to strengthen corporate social responsibility. Enterprises can also enhance their competitiveness by introducing new technologies and innovating marketing strategies.

From the perspective of sustainable development, enterprises should formulate and implement corresponding e-commerce development strategies, and pay attention to the coordination and unity of environmental protection, social responsibility and economic benefits, so as to achieve the goal of sustainable development [5].

Conclusions and recommendations. As an increasingly important economic activity today, the large-scale cooperation launched by e-commerce has changed the original production and operation mode and management of enterprises. The future development of e-commerce will be more open, and the dividing line between B2B, C2C, B2C and C2C models will become more and more blurred, and begin to merge, and the business ecology will begin to appear. The integrated e-commerce model will melt away from the vertical model, and the integrated online transaction and the traditional e-commerce will become the main development direction.

The author believes that China should open up the road of e-commerce development with Chinese characteristics and actively formulate e-commerce development strategy in line with China's national conditions. Strengthen the research and innovation of e-commerce technology, pay attention to theoretical research and application practice, and strengthen international cooperation and exchanges, in order to occupy a favorable position in the global economic development.

References

1. Song Xiang. Research on the development strategy of E-commerce in China from the perspective of globalization [D]. Tutor: Zhang Dongqing. Heilongjiang University, 2015.
2. Xu Dandan. Explore the combination and development of the current international trade and e-commerce platform [J]. *E-commerce*, 2020 (04): 20–21.
3. Babenko Vitalina, Kulczyk Zdzisław, Perevosova Irina, Syniavska Olga, Davydova Oksana. Factors of the development of international e-commerce under the conditions of globalization [J]. *SHS Web of Conferences*, 2019 (65):3–4.

4. Chen Yali. Analysis of the opportunities and challenges brought by e-commerce development to international trade [J]. *International Public Relations*, 2023 (01): 13–15.
5. Yang Yuchan. Research on enterprise E-commerce development strategy under sustainable development [J]. *Marketing community*, 2023 (13): 86–88.
6. Кислощав, П. А. Обеспечение продовольственной безопасности — основа экономической политики России / П. А. Кислощав, И. П. Мониц // *Вестник Бурятского государственного университета*. — 2015. — № 2–2. — С. 3–6. — EDN VNGIOR.

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ОЦЕНКИ ДОЛГОВОЙ
НАГРУЗКИ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ
«CHANG-KONG POWER CO., LTD» – БАЗОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ**

Г. Цянь, *обучающийся*, И. П. Монич, *канд. экон. наук, доцент*
Забайкальский государственный университет (ЗабГУ),
г. Чита, Россия
Ivan.Monich@zabgu.ru

Доступность долга — ключевой фактор, влияющий на финансовые показатели любой организации. Компания Cheung Kong Power Company Limited является одной из ведущих энергетических компаний Китая и имеет большой объем задолженности. Однако существует необходимость оценить долговую нагрузку компании с помощью усовершенствованного механизма для обеспечения финансовой стабильности и устойчивости. Поэтому целью данного исследования является изучение совершенствования механизма оценки долговой нагрузки компании для оценки ситуации с ее платежеспособностью.

Ключевые слова: платежеспособность, финансовая отчетность, механизм оценки долговой нагрузки.

**ASSESSING THE DEBT BURDEN OF
«CHANGJIANG POWER CO., LTD» – BASIC STUDY
ON SOLVENCY INDICATORS**

G. Qian (master student), I. P. Monich (PhD in Economics, associate professor)
Transbaikal State University, Chita, Russia
Ivan.Monich@zabgu.ru

Debt affordability is a key factor in the financial performance of any organization. Yangtze Power Co., Ltd. is one of China's leading power companies with a large amount of debt. However, it is necessary to utilize an improved mechanism to assess the company's debt burden to ensure financial stability and continuity. Therefore, this study aims to investigate the improvement of the debt burden assessment mechanism of Yangtze Power Company Limited and assess the company's solvency.

Keywords: Solvency Financial Statements Debt burden assessment mechanism.

Relevance of the study. The idea of financial analysis in China appeared relatively early, but it was not until the beginning of the 20th century that financial analysis was really carried out. At that time, some foreign banks and Chinese financial capitalists in China had begun to analyze the operating conditions and solvency of enterprises, but they rarely conducted a comprehensive analysis based on accounting data. With the establishment, development, and improvement of China's socialist market economic system, under the modern enterprise system, the managers, owners, creditors, and governments of enterprises all stand on their own standpoints and are concerned about the operation and financial status of enterprises.

Purpose of the study. The purpose of this paper is to investigate the improvement of the debt burden assessment mechanism of Yangtze Power Company Limited and assess the company's solvency.

Research methods and tools. Literature review is used as a main method.

With the gradual establishment and development of the socialist market economy, enterprises have changed from the government-based fund-raising method to the simultaneous coexistence of their own funds and borrowed funds, and debt management has been widely adopted by enterprises. Debt management can not only solve the problem of capital shortage of enterprises, but also generate financial leverage effect and bring more benefits to the owners of enterprises. However, there are also risks associated with debt management, such as high asset-liability ratio, excessive debt burden, difficulty in debt repayment, mutual loan arrears between banks and enterprises or between enterprises, failure to collect receivables, and failure to pay receivables. Therefore, while maximizing the full use of external funds, enterprises should also pay attention to the analysis of debt repayment ability. Under the conditions of market economy, the basic business strategy of debt-based enterprises, and how to analyze the solvency of enterprises is the key link in the management of debt management wind. The existing solvency analysis mainly determines whether the financial position of the enterprise is healthy and whether the solvency is strong or weak by studying the structural relationship of each item in the balance sheet of the enterprise and the changes of each item.

The solvency analysis of the enterprise should include two aspects: first, how to arrange the repayment of mature debts; Second, there should be a relatively stable cash inflow. This paper analyzes the existing problems in the analysis of corporate solvency, makes appropriate improvements to the analysis of corporate solvency from the aspects of short-term solvency and long-term solvency, and proposes that several aspects that were rarely covered in the past, such as the source of funds for debt repayment, the quality of current assets of the enterprise, and the life cycle of the enterprise, should be considered in the analysis of the solvency of the enterprise.

Solvency has limitations, Shi Xuejie pointed out, people usually use the current ratio and quick ratio to measure the liquidity of enterprises, measure the critical safety value of these two indicators, and evaluate the short-term solvency of enterprises. These two indicators are widely used because they are simple to calculate, but they do not provide a detailed examination of the liquidity of a company. The current ratio and quick ratio are both static indicators, which do not dynamically measure the short-term solvency of enterprises from the ratio of corporate financing and investment, so they have certain limitations [1]. Zhang Xinjun pointed out the inadequacy of China's current short-term solvency evaluation index, and he questioned the fact that Chinese enterprises refer to the US standards when evaluating short-term solvency. He pointed out that the main factors affecting the current ratio at present are inventories and accounts receivable. However, in practice, there are problems in the liquidity and quality of inventory, and the managers of most enterprises are unwilling to make provisions for inventory decline in accordance with the provisions of the accounting

system, which makes inventory depreciation and the current ratio loses its accuracy. In the quick ratio calculation formula, although the dead accounts receivable meet the definition of «quick» on the surface, they no longer have any real value at all [2].

Shen Lijuan pointed out that there are shortcomings in the current commonly used short-term solvency evaluation indicators: the calculation caliber used in the indicators is not uniform; It only statically reflects the short-term solvency of the enterprise, but cannot be analyzed from a dynamic perspective, let alone the potential solvency of the enterprise in the future; The quality of the short-term solvency information reflected is not high, and it has a strong whitewashing efficiency; The existing financial reporting system is not fully utilized, resulting in a huge waste of accounting resources [3]. In 2022, Xu Jia et al. analyzed the correlation between solvency, operating ability, and profitability, and pointed out that a company's operating ability determines profitability, profitability determines solvency, and operating capacity can also directly determine solvency. The authors not only quantitatively illustrate this correlation, but also verify it through quantitative analysis. In addition, the authors examine the links and differences between long-term solvency and short-term solvency, and analyze the correlation between the two from the perspective of bankruptcy risk [4]. Peng Ding believes that the short-term solvency of an enterprise cannot be evaluated only on the short-term solvency evaluation index, and that the operation of an enterprise is a systematic process, and the enterprise should be comprehensively considered in combination with other financial indicators, such as long-term solvency, profitability, operating ability, and cash acquisition ability, so as to judge the short-term solvency of the enterprise more comprehensively and objectively [5].

When improving the existing evaluation indicators of short-term solvency, the cash flow statement should be fully considered, and evaluation indicators that can evaluate the ability of enterprises to obtain cash should be introduced, such as the ratio of cash to maturity to debt, the ratio of cash liabilities to liabilities, and the ratio of cash interest guarantees, so as to evaluate the short-term solvency of enterprises from a dynamic perspective.

Practical and (or) theoretical significance of the study. Conclusions and recommendations. Based on the above-mentioned economists» research on the standard values of debt service indicators, it is concluded that different indicators represent different meanings. It didn't say that the larger the standard value of the indicator, the better, nor that the smaller the better. Therefore, when we analyze the solvency of an enterprise, we should approach the most favorable and appropriate standard value for the enterprise, so that the enterprise can develop to a better situation.

References

1. Shi Xuejie. Analysis of debt repayment risk of company A [J]. Science and Technology Economic Market, 2022 (9): pp. 92–94.
2. Research on corporate solvency from the perspective of creditors [J]. China Collective Economy, 2023 (29): pp. 69–72.

3. Shen Lijuan. Research on enterprise solvency analysis [J]. *China Economy and Trade*, 2021 (8): pp. 25–27.
4. Xu Jia, Li Guanhua, Qi Tianxiang. Chinese Household Solvency: Measurement and Influencing Factors [J]. *Journal of Financial Research*, 2022 (11): pp. 98–116.
5. Peng Ding. Construction and extension of comprehensive evaluation model of enterprise solvency [J]. *Friends of Accounting*, 2019 (6):4. DOI:10.3969/j.issn. 1004–5937.2019.06.019.

ВКЛАД МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

А. М. Чеботарева

Научный руководитель: Ю. Л. Козицкая, *преподаватель*
Новосибирский кооперативный техникум
им. А. Н. Косыгина Новосибирского облпотребсоюза
(НКТ им. А. Н. Косыгина Новосибирского облпотребсоюза),
г. Новосибирск, Россия
koza80@yandex.ru

В последние годы власти активно поддерживают и стимулируют развитие малого и среднего предпринимательства, осознавая его важность для экономического роста и инновационного развития страны. В данной работе проведен анализ влияния малого и среднего предпринимательства на развитие инновационного потенциала Новосибирской области.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, инновации, Новосибирская область, объемы инвестирования, инновационный потенциал.

В настоящее время инновационное развитие является одним из приоритетных направлений политики Российской Федерации. Темой исследования является необходимость перехода российской экономики от экспортно-сырьевой к инновационной модели развития, так как малое и среднее предпринимательство является наиболее гибким сегментом экономики. Одна из успешно развивающихся инновационных субъектов Российской Федерации — это Новосибирская область.

Актуальность исследования заключается в том, что субъекты малого и среднего предпринимательства играют значительную роль в инновационном развитии Новосибирской области и экономики страны в целом.

Основной целью исследования является анализ вклада малого и среднего предпринимательства в инновационное развитие Новосибирской области.

В работе были использованы такие методы исследования, как обобщение, анализ литературы, сравнения, графический.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что именно малое и среднее предпринимательство является одним из важнейших триггеров инновационного развития Новосибирской области.

По состоянию на середину декабря 2023 года в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства зарегистрировано 148 648 субъектов малого и среднего предпринимательства Новосибирской области, в том числе 64 399 юридических лиц и 84 249 индивидуальных предпринимателей [2].

В 2022 году оборот малых (с микро) и средних предприятий в Новосибирской области составил 2 205 879,1 млн руб., увеличившись по сравнению с 2021 годом на 7,9 % [5].

Необходимо обратить внимание, что малое и среднее предпринимательство способствуют созданию новых рабочих мест. Так, на середину декабря 2023 года средняя численность работников малого и среднего предпринимательства составила 472,8 тыс. человек, увеличившись по сравнению с 2022 годом на 36,3 %, что составляет 35 % всех занятых в экономике Новосибирской области. Увеличение средней численности работников свидетельствует о том, что малое и среднее предпринимательство вносит существенный вклад в развитие инфраструктуры экономики, а следовательно, и в инновационное развитие региона.

Благодаря малому и среднему предпринимательству в Новосибирской области разрабатываются и внедряются прогрессивные технологии в различные отрасли. Кроме того, сотрудничество с инновационными кластерами (Академпарк, Биотехпарк, Медтехпарк), научными центрами и университетами (НГУ, НГТУ) также способствует развитию инновационной среды для малого и среднего предпринимательства.

Наибольший вклад в инновационное развитие Новосибирской области вносят малые и средние предприниматели в области анализа больших массивов данных, ГИС и САПР, разработки и локализации мобильных приложений (ООО «Модульные системы «Торнадо», ООО «Битриксойд», НПК «Контакт» и др.), биофармацевтики, биотехнологического оборудования, медицинских изделий (ООО «БиоВеста», ООО «Сиббиофарм»), разработки и производства медицинской продукции (ООО «Метос», ООО «Технопроект»), приборостроения (ООО «Гарс», МНТЦ «Сигма», НПО «Сибирская электроника») и др.

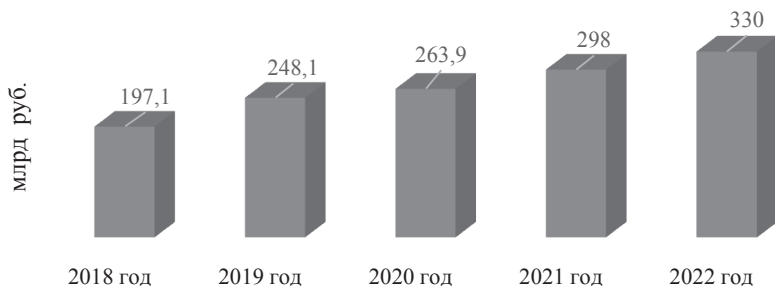
Государство также заинтересовано в поддержке малого и среднего предпринимательства: Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г., действует национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», программа «Развитие малого и среднего предпринимательства и поддержка инновационной деятельности в г. Новосибирске».

Так, в 2021 году департаментом инвестиций, потребительского рынка, инноваций и предпринимательства мэрии г. Новосибирска был организован конкурс «Лучшее малое предприятие (предприниматель) года г. Новосибирска». В номинации «Стартап» победило ООО «Элрон», которое занимается разработкой и производством электронных приборов (силовая электроника, носимая электроника, системы сбора информации, приемо-передачи), что вносит вклад в инновационное развитие Новосибирской области.

Значительную долю в развитие малого и среднего предпринимательства Новосибирской области вносят общественные организации: Новосибирский областной фонд поддержки малого и среднего предпринимательства, портал поддержки малого и среднего бизнеса «Мой бизнес», Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «Опора России» (Новосибирское областное отделение). В 2023 году «Опора России» организовала выставку-ярмарку «Новосибирь», в которой были представлены машинное оборудование, продовольственные и непродовольственные товары,

инновационные разработки, технологии доступной среды; бизнес-форум «Эра предпринимателя» (в честь Дня российского предпринимательства в ГПНТБ). Данные мероприятия способствуют модернизации производственных процессов, разработке новых товаров и более конкурентоспособных услуг.

Интенсивное развитие малого и среднего предпринимательства в Новосибирской области также способствует привлечению инвестиций, что положительно отражается на развитии экономики и увеличении доходов населения региона. Так, по словам губернатора Новосибирской области А. Травникова, «по итогам 2022 года валовой региональный продукт Новосибирской области сохранен на уровне 2021 года в сопоставимых ценах, и по оценке составил 1797,22 млрд рублей. Рост экономики позволил региону дополнительно наполнить бюджет собственными доходами: в прошлом году они выросли до 202 млрд рублей, превысив плановые значения почти на 35 млрд рублей. Объем инвестиций в основной капитал по итогам 2022 года составил 330 млрд рублей (рисунок) [1]. По объему инвестиций в основной капитал Новосибирская область стабильно занимает 4-е место среди субъектов Сибирского федерального округа после таких добывающих регионов, как Красноярский край, Иркутская и Кемеровская области» [4].



Динамика инвестиций в основной капитал в Новосибирской области за 2018–2022 гг., млрд руб.

Таким образом, малое и среднее предпринимательство играет важнейшую роль в инновационном развитии Новосибирской области. Использование прогрессивных технологий, инвестирование в инновации и создание благоприятной среды для малого и среднего предпринимательства содействуют стабильному росту инфраструктуры экономики, созданию новых рабочих мест и повышению уровня жизни населения региона. Поэтому вклад малого и среднего предпринимательства является важным фактором устойчивого инновационного развития Новосибирской области.

Список литературы

1. <https://sibacc.ru/> : официальный сайт Межрегиональной ассоциации экономического взаимодействия субъектов Российской Федерации.
2. <https://minrpp.nso.ru/news> : официальный сайт Министерства промышленности, торговли и развития предпринимательства Новосибирской области.
3. <https://econom.nso.ru/> : официальный сайт Министерства экономического развития Новосибирской области. Отчет о реализации инвестиционной стратегии Новосибирской области до 2030 года.
4. <https://www.nso.ru/> : официальный сайт Правительства Новосибирской области.
5. <https://54.rosstat.gov.ru/> : официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Новосибирской области.

**ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ
КИТАЙСКО-РОССИЙСКОГО ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО
СОТРУДНИЧЕСТВА – УКРЕПЛЕНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО
ВЗАИМОДОВЕРИЯ**

С. Чжу, обучающийся, И. П. Монич, канд. экон. наук, доцент
Забайкальский государственный университет (ЗабГУ),
г. Чита, Россия
Ivan.Monich@zabgu.ru

Энергетическое сотрудничество между Китаем и Россией является важной частью всеобъемлющего стратегического партнерства и координации между двумя странами и имеет большое значение для содействия экономическому развитию и обеспечению энергетической безопасности двух стран. В данной исследовательской работе обобщаются факторы, влияющие на развитие китайско-российского энергетического сотрудничества с целью обеспечить теоретическую поддержку дальнейшему углублению китайско-российского энергетического сотрудничества.

Ключевые слова: китайско-российское энергетическое сотрудничество.

**RESEARCH ON THE INFLUENCING FACTORS OF SINO-RUSSIAN
ENERGY COOPERATION DEVELOPMENT – STRENGTHENING
POLITICAL MUTUAL TRUST AND PROJECT COOPERATION**

S. Zhu, master student, I. P. Monich (PhD in Economics, associate professor
Transbaikal State University, Chita, Russia
Ivan.Monich@zabgu.ru

Energy cooperation between China and Russia is an important part of the comprehensive strategic partnership of coordination between the two countries and is of great significance to promoting economic development and ensuring energy security of the two countries. This research paper summarizes the factors affecting the development of China-Russia energy cooperation, in order to provide theoretical support for further deepening China-Russia energy cooperation.

Keywords: Sino-Russian, political, energy development, cooperation.

Research background: at present, the positive role of energy in the political and economic construction of countries around the world continues to increase. As a Chinese student studying in Russia, the author is more concerned about the importance of energy trade and energy cooperation to Russia's domestic economy as Russia is a big exporter of energy and one of the pillar industries of domestic economic development. In this case, the author has paid attention to the research in the fields related to energy cooperation between China and Russia.

In many cases, a country's economic development directly depends on external factors, such as the stability of annual export and import of oil and natural gas. Russia is the world's largest producer and exporter of oil resources, while China is the world's largest consumer of resources, and the two countries have common interests in the

field of energy cooperation. Under the leadership of the «the Belt and Road» initiative, China and Russia jointly promoted the Yamal LNG project in 2017, and successfully achieved LNG import and export cooperation. The smooth implementation of this project is thanks to the strong support of the Export Import Bank of China and the China Development Bank, who provided a loan with a term of up to 15 years and a total amount of up to 11.4 billion US dollars. It is worth mentioning that China's role in the project is not limited to financial assistance, but also includes crucial technical support. The successful completion of the Yamal project not only confirms the firm belief of Chinese and Russian investors in further deepening cooperation between the two countries in the energy field, but also demonstrates the earnest expectations of both sides for future cooperation.

In the process of promoting the «the Belt and Road» initiative, Russia occupies a pivotal position in China's strategic layout. To meet the common demands of China and Russia in the economic and political fields, both governments urgently need to enhance communication and cooperation. More importantly, deepening cooperation between the two countries will inject new vitality into the stable growth of the Asia Europe region and even the global economy. This article is based on practical needs and provides an in-depth and comprehensive analysis of the cooperation between China and Russia from both technical and political perspectives. Through in-depth exploration of the challenges faced by China and Russia in energy cooperation, the purpose of this paper is to put forward a specific solution, aiming to provide practical suggestions for smooth cooperation between the two countries in the energy field. We hope that these research results can serve as useful references for economic cooperation between China and Russia, jointly helping the two countries to achieve sustainable economic development on a stable track, and working together to achieve the development goals of mutual benefit and prosperity.

Given the core position of energy in the global economy, modern economists maintain a strong interest in the evolution of energy trade and energy relations between countries. After extensive research, we have found that various economic and institutional factors not only profoundly affect bilateral relations in the energy sector, but also have a decisive role in attracting the amount of foreign direct investment. Based on this, we hope to provide solid theoretical support for energy cooperation between China and Russia through in-depth exploration, and further promote and consolidate future cooperation and investment between the two countries. From the actual situation of economic development in China and Russia, in recent years, due to external pressure brought by European and American countries, Russia's innovative development momentum has been somewhat suppressed. Establishing a long-term and stable partnership with China undoubtedly provides Russia with an important way to ensure sustainable economic growth in the future. Similarly, strengthening China's international economic status and promoting Russia's economic growth are crucial for both countries. The key to deepening energy cooperation between China and Russia lies in identifying and solving a series of core issues. The effective realization and sustained growth of the common economic benefits of the energy partnership between the two sides largely depends on the proper handling of these

key issues. Therefore, only by deeply understanding and grasping the complexity of the energy and economic situation can China and Russia work together to achieve successful energy cooperation.

Research tools: **Qualitative comprehensive analysis method.** Qualitative analysis can help reveal the essence of the problem. This article aims to qualitatively describe the current development status of energy trade between China and Russia, and deeply explore the influencing factors behind it, providing targeted suggestions for future cooperation; **Literature research method.** In order to ensure the accuracy and practicality of the paper content, we extensively read and studied a large amount of Russian and Chinese materials. This method not only helps to avoid a disconnect between the content of the paper and the actual situation, but also identifies deficiencies in existing materials for improvement; **Combination of macro and micro analysis methods.** At the macro level, we will focus on analyzing the development potential, influencing factors, existing problems, and future development prospects of energy cooperation between China and Russia. At the micro level, we will delve into the specific situation and trends of energy cooperation between the two countries, and propose practical and feasible suggestions based on these analyses.

Xu Hongfeng and Wang Haiyan analyzed the strategic strengthening of China Russia relations after the Ukraine crisis. They pointed out that the sanctions imposed by the United States and Europe on Russian energy have led to a significant drop in international oil prices, while China's import demand for oil and natural gas continues to be strong. However, energy cooperation between China and Russia still faces challenges such as price disputes, insufficient understanding of each other's national conditions, and the need for infrastructure improvement. To deepen cooperation, the two countries should formulate mutually beneficial energy export policies and jointly bear risks [1].

Yang Yang, Dong Suocheng and Li Zehong emphasized that energy cooperation is a key component of China Russia strategic partnership. Since the first energy cooperation between the two countries was reached in 1996, significant progress has been made in this field. In the context of the increasingly complex international geopolitical environment, China and Russia should strengthen mutual trust, improve the energy cooperation system, support the economic development of neighboring countries, and eliminate foreign trade barriers [2].

Golobokov Andrey delved into how China and Russia can improve the efficiency of energy cooperation in the Far East region. Faced with economic challenges, he proposed that China and Russia should optimize their policies to promote the development of the Far East region. He further pointed out that the obstacles encountered by Russia in the Western market can be transformed into new opportunities for cooperation with China. To ensure regional energy security, Russia needs to make long-term investments in liquefied natural gas projects, electricity price regulation, and oil and gas reserves [3].

Feng Yujun, Wang Xiaoguang proposed that China and Russia should supplement the signing of long-term offshore crude oil supply agreements in the context of a significant drop in oil prices to ensure stable access to high discounted Ural crude

oil supply. They emphasized that both sides should establish a bottom line thinking and strictly implement risk prevention and control to ensure the long-term stability of energy cooperation between China and Russia [4].

Glumova Zhanna conducted a detailed study on the cooperation achievements of Russia in the Yamal liquefied natural gas project and the Siberian power project. These collaborations have achieved significant breakthroughs in oil and gas import and export at the political, economic, and technological levels, attracting high attention from both China and Russia. As a result, Russia has won public support, promoted local technological progress, and implemented national strategies. And China has obtained a stable supply of hydrocarbons, reducing environmental pressure and promoting the development of natural gas chemical industry [5].

Conclusions. We should analyze China's demands and plans from Russia's standpoint, and make comprehensive consideration and consideration around various elements, so as to find out more unique and comprehensive cooperation planning, so that energy trade can move forward on the right track. russia should improve the price mechanism, lower export tax rates, in order to stand out in the heavy competition, without fear of the threat and challenge of competitors. russian companies need to establish the right concept, dispel the ideological fallacies and concerns, but show more sincerity and determination to keep the collaboration on track. Since both China and Russia attach great importance to energy cooperation, they should pay more attention to the cooperation and coordination system. Through the cooperation and coordination system, the problems between China and Russia in the process of energy industry development can be properly solved, so that the project can be better implemented and improved. To achieve deep development in the energy industry, partnerships must be planned. China has always regarded Russia as a key strategic partner, and the two countries have been building a mutually beneficial cooperative alliance. Only by constantly improving and actively building the China-Russia channel can the cooperation price consultation mechanism be perfected.

After the above discussion and analysis, we can see that the cooperation between China and Russia in the energy field is influenced by various factors, including politics, economy, technology, and environment. Faced with increasingly fierce international competition, China and Russia should further consolidate their political mutual trust foundation, deepen project cooperation, promote the integration of technological innovation and green development, actively respond to external challenges, and ensure the long-term stability and sustainable development of energy cooperation.

References

1. Xu Hongfeng, Wang Haiyan. New progress and existing constraints of Sino-Russian energy Cooperation [J], Eurasian Economics, 2017, No. 4 (p. 92).
2. Yang Yang, Dong Suocheng, Li Zehong. Progress, driving forces and challenges of Sino-Russian energy cooperation under the China-Mongolia-Russia economic corridor [J], Resources Science, 2018, 40 (2): 237–249.

3. Golobokov A. C. Russian energy strategy and new forms of energy cooperation between Russia and China in the far east [J], territory of new opportunities. 2018. No. 4 (p. 43).
4. Feng Yujun, Wang Xiaoguang et al. «Russia's position in the changing International Energy Strategic Pattern and Sino-Russian Energy Cooperation»[J], Eurasian Economics, 2018, No. 3 (pp. 1–69).
5. Glumova Zhanna Evgenyevna. Cooperation between Russia and China in the oil and gas sector on the example of the joint gas project «Power of Siberia» and the polar project «Yamal-LNG»[J], Russian-Chinese studies. 2019. No. 2 (pp. 35–41).

УДК 336.64

ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ЭКОНОМИКОЙ ТУРИЗМА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЭКОНОМИКИ ЗАМКНУТОГО ЦИКЛА – ВАЖНОСТЬ ЭКОНОМИКИ ЗАМКНУТОГО ЦИКЛА

Ц. Чэнь

Научный руководитель: И. П. Мониц, *канд. экон. наук, доцент*
Забайкальский государственный университет (ЗабГУ),
г. Чита, Россия
916454863@qq.com

Начиная с новой эры инновации в управлении экономикой туризма широко изучаются с точки зрения экономики замкнутого цикла. Целью данной работы является обсуждение проблем управления экономикой туризма в современный период с позиций устойчивого развития, а также выдвижение практических контрмер для решения этих проблем, которые могут способствовать здоровой и устойчивой трансформации экономики туризма и скачку качественного развития.

Ключевые слова: экономика замкнутого цикла, управление экономикой туризма, рациональное использование, инновации, устойчивое развитие.

THE MANAGEMENT INNOVATION OF TOURISM ECONOMY UNDER THE PERSPECTIVE OF CIRCULAR ECONOMY – THE IMPORTANCE OF THE CIRCULAR ECONOMY

Z. Chen

Research supervisor: I. P. Monich, PhD in Economics, associate professor
Transbaikal State University, Chita, Russia
916454863@qq.com

Since the new era, tourism economic management innovation has been widely studied from the perspective of circular economy. The purpose of this article is to propose optimal solutions from the perspective of sustainable development in view of the challenges and difficulties faced by tourism economic management in the current context. In the end, it can promote the long-term, healthy and stable development of the tourism economy.

Keywords: circular economy, tourism economic management, rational utilization, innovation, sustainable development.

Relevance of the study. Since the new era, with the improvement of the development of the tourism industry and the continuous development of the circular economy, the innovative research on tourism economic management has become more diversified. Some scholars and experts have put forward a more distinct point of view, and the research direction is more diversified.

Research purpose.

In view of the continuous development of circular economy in the current social context, the innovation of tourism economic management should adopt a more diversified strategy. This requires us to accelerate the pace of innovation in many

fields, rationalize the use of ecological resources, and broaden funding sources to achieve more efficient innovation.

Research technique and methods.

(1) Literature research method. Through the inquiry, reading and analysis of the relevant literature data, a comprehensive demonstration of the views or topics of the paper.

(2) Comparative research method. By comparing the problems existing in tourism economic management under the perspective of circular economy, they is extended and summarized on this basis.

(3) Causal analysis: to analyze the causal relationship between phenomena, understanding the causes of problems and the dialectical thinking method that causes the results.

The importance of this study.

In the development process of many industries, the model of circular economy has been widely used and promoted. Integrating the concept of circular economy into tourism economic management not only meets the current development needs of the tourism industry, but also realizes the optimal allocation of tourism resources and minimizes the waste of resources. This economic model helps to accelerate the integration of resources, effectively solve the problem of resource waste and ecological pollution, and promote the rapid development of tourism.

Conclusion.

With the continuous development and progress of society, people's requirements for tourism are also increasing. Only by following the principles of circular economy can tourism management achieve greater innovation, thereby promoting the rational use of resources and improving the management quality of tourism. This process not only helps to promote the sustainable development of tourism, but also meets people's growing demand for tourism, and achieves a win-win situation of economic and social benefits.

A review of the studies.

Liu Yupin (2020) points out that a major problem in China's tourism economy management is the destruction of ecological environment. To remain competitive, Attract more tourists, Over-exploitation of ecological resources in some areas, This directly leads to the destruction of the ecological environment, Seriously contrary to the original intention of green development, Lead to the reduction of the core benefits of ecotourism [1].

In South Korea (2018), At present, most of the ecological tourist attractions in China have poor economic benefits, Investigate the reason, Often lies in these scenic spots blindly, follow the trend of construction, Without developing characteristic ecotourism in accordance with local conditions, Poor service level, Supporting facilities are not perfect [2].

Zhao Xuanfu (2017) mentioned in the study that the development of ecotourism involves multiple stages, including the construction and promotion of the development stage, as well as the management and maintenance of the later stage, and if there is no funding, then it will not be able to sustain the development. Moreover, the economic return cycle of such projects is relatively long and there are many uncertain factors,

which can easily lead to the problem of capital shortage in the ecological tourism economic management... the above views explain the main problems existing in China's tourism economic management at the present stage, and focus on these problems [3].

According to Jin Ling (2016), To implement the green concept throughout the whole process, Promote the development of the tourism industry, Cultivate learning organizations as required, Building a flat horizontal network system, To promote the innovation of scenic spot management with a common vision, All the staff are required to establish the concept of circular economy, Relying on their own competitive resources to improve the core competitiveness, Promote the sustainable development of scenic spots [4].

According to Liu Wenlin (2017), The development of ecotourism needs the overall planning of the relevant construction and management measures, make rational use of resources. This requires the developers to plan scientifically and systematically before the development of ecotourism and strictly implement the planning during the construction process [5].

References

1. Liu Yupin. Exploration on the importance and measures of ecotourism economic management [J]. *National circulation economy*, 2020 (28): 128–130.
2. Korea Cheon. Analysis of tourism economy management innovation from the perspective of circular economy [J]. *Economic Research Guide*, 2018 (32): 183–184.
3. Zhao Xuanfu. Discuss the significance and measures of eco-tourism economic management [J]. *Low-carbon World*, 2017 (18): 239–240.
4. Jin Ling. Analysis on tourism economic management under circular economy [J]. *Science and Wealth*, 2016 (10): 343–343.
5. Liu Wenlin. Based on the analysis of tourism economy management under the background of circular economy [J]. *Tax payment*, 2017 (24): 133.

**ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ О ЦЕННОСТИ БРЕНДА
MOUTAI KWEI CHOW CO., LTD**

Т. Ши

Научный руководитель: И. П. Монич, *канд. экон. наук, доцент*
Забайкальский государственный университет (ЗабГУ),
г. Чита, Россия
250836074@qq.com

Правильная оценка стоимости бренда предприятия имеет большое значение для содействия развитию отрасли. Целью данной статьи является изучение теоретической основы различных научных методов оценки ценности бренда предприятия в стране и за рубежом. Объектом исследования является компания Kweichow Moutai Co., LTD. На основе методов логического анализа, синтеза и профессионального суждения выбран наиболее подходящий метод оценки стоимости бренда предприятия на современном этапе. Проанализированы публикации китайских и зарубежных экономистов.

Ключевые слова: ценность бренда, метод межбрендовой оценки, теория оценки.

**LITERATURE REVIEW ON BRAND VALUE OF
«MOUTAI KWEI CHOW CO., LTD»**

T. Shi

I. P. Monich, PhD in Economics, associate professor
Transbaikal State University, Chita, Russia
250836074@qq.com

The correct evaluation of enterprise brand value is of great significance for promoting the development of the industry. The purpose of this paper is to study the theoretical basis of different scientific methods at home and abroad for evaluating enterprise brand value. The research object is Kweichow Moutai Co., LTD. Based on the methods of logical analysis, synthesis and professional judgment, the most suitable method for evaluating enterprise brand value at the present stage is selected. We analyzed the publications of Chinese and foreign economists.

Keywords: brand value, Interbrand evaluation method, evaluation theory.

Relevance of the study. The correct evaluation of enterprise brand value is of great significance for promoting the development of the industry.

Purpose of the study. The purpose of this paper is to study the theoretical basis of different scientific methods in China and abroad for evaluating enterprise brand value.

Research methods and tools. Literature review is used as a main method.

Ye, H. (2013) indicates that brand value is different from the value of tangible assets, but in the form of intangible assets, brand value is the core of the brand, is an important part of the value of customer concessions [1].

Wang Yongmei (2007) by analysing the brand strategy case studies of nine different companies, specifically: Chow Tai Fook brand, Gem Group brand, Lenovo brand, Hisense brand, Mengniu brand, Yagor brand, Mrs Oral Liquid brand, Chery brand, Gome brand, illustrating the impact of brand strategy on brand value.

Zhang Qian (2006) shows these facts. Firstly, from the background of China's market economy and the era in which the enterprise is located, it clearly points out the significance and necessity of quantifying China's brand value, and then, on the basis of researching and comparing the existing and advanced brand value assessment concepts and methods at home and abroad, it sums up and puts forward the specific assessment methods and key points of quantifying the brand value [2].

Li Min (2008) found that from the perspective of the brand value of China's agricultural products, the brand management of China's agricultural products has been analysed and studied in depth.

Li Yan (2009) using the literature research method, made the research on brand and brand value is reviewed in detail, and then centred on how to enhance brand value, combined with the value chain theory, a more comprehensive brand value chain is proposed.

Wang KQ, Kong DJ and Liu HM (2014) fully combines domestic and international research cases, conducts empirical analysis on the issue of organisational brand value assessment, explores the 16 commercial financial institutions listed in China's Shenzhen and Shanghai on the basis of the model analysis based on the stakeholder perspective, establishes assessment criteria, makes a comparison of the brand value of these commercial banks, and makes a ranking [3].

Zhang, Y. (2015) believes that brand assets belong to one of the corporate assets, and he reasoned that according to the process of the enterprise in the process of its own life cycle changes, the corporate brand assets will also change, and thus the brand also exists the law of the life cycle, and so he pointed out that the brand in different stages of its life cycle should choose different brand value assessment from the perspective of the brand life cycle He then pointed out that brands should choose different brand value assessment methods at different stages of their life cycle.

Dai Yuhexin Yuan Meng (2017) believe that there should be corresponding value evaluation methods for different types of brands, which are analysed through standardized valuation and in accordance with the principles of simplicity, unity and comprehensive treatment, and that the evaluation angles are multifaceted, including the market, benefits or finance. These scholars finalised three valuation methods based on needs, namely, market comparison, incremental benefits and cost-balance methods [4].

Aaker (2002) believes that brand competitiveness refers to the ability to build as well as to maintain a strong brand under the conditions of the market economy, which not only depends on the enterprise's own This ability not only depends on the enterprise's own daily operation and management level, but also depends on the enterprise's ability to manage its own brand [5].

British Interbrand's research and evaluation of the brand value of the world's enterprises actually has a kind of industry-recognised international authority, and its self-created brand value Interbrand evaluation model (1990) is actually an improvement on the traditional evaluation method of the income approach, which considers that the brand value is stripped out from the profits generated by intangible assets to the excess profits of the brand and then the brand value is evaluated. Business Week publication is actually an improvement of the income approach in traditional valuation method, which considers that the brand value is obtained by divesting the brand's excess profit from the profit generated by intangible assets

and then discounting the brand's excess profit. In addition, the Interbrand model also devises seven specific factor indicators of brand strength, which represent: brand position in the market, stability, brand support, internationality, brand trends, marketing scope, and brand protection.

The brand value WBL assessment method (2003) proposed by the World Brand Lab Model Valuation Method are both essentially the traditional method, the income approach, and they are both variations of the income approach.

Villarcjo-Ramos (2005) argues that the two most important indicators affecting the value of a brand are the price of the product and the cost of corporate advertising and promotion. The higher the product price, the higher the brand value. The higher the product price, the lower the brand value, the lower the product price, the higher the brand value; the more the advertising cost, the higher the brand value, the less the advertising cost, the lower the brand value. Obviously, this study is only on the surface and does not look more deeply into the sources of brand value, and the study only examines the product price and advertising and promotion costs, without considering the impact of other factors on brand value.

The in-depth analysis and research of brand value in developed countries has actually begun in the mid-1980s. As the globalisation of the international economy and trade in developed countries continues to advance and develop rapidly, a large number of international enterprises or organisations have begun to demand that they be able to continuously obtain greater benefits and influence on the international market, and one of the fastest and easiest ways to do so is to acquire famous brand companies already in the market. One of the fastest and easiest ways to do this is by acquiring famous brands already in the market. With the proliferation of M&A cases, the acquired companies are forced to hope for a correct understanding and reasonable assessment of the value of their brands, and so the corporate and academic worlds have begun to pay extensive attention to the value of brands. So far, academics and evaluation agencies have put forward different brand theories and brand value assessment methods from different perspectives.

Practical and (or) theoretical significance of the study. The significance of a study in research refers to its potential importance, relevance, or impact for Kweichow Moutai Co stakeholders.

Conclusions and recommendations. The literature review has been completed for the brand evaluation.

References

1. Ye, M. H. Brand value assessment method [J]. *Mall Modernisation*, 2013, (15): 32.
2. Zhang Qian. Research on brand value assessment method [D]. Northeastern University, 2006.
3. Wang KQ, Kong DJ, Liu HM. Research on brand value assessment of commercial banks based on stakeholder perspective [J]. *China Asset Appraisal*, 2014 (10):29–35.
4. Dai Yuxin, Yuan Meng. Discussion on the standardisation of brand value assessment methods [J]. *Standard Science*, 2017 (11):102–105.
5. Aaker D. A., Erich Joachimsthaler. *Brand leadership*. The Free Press. 2002.

РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

М. А. Шишкина, *обучающийся*, Д. М. Простова, *канд. экон. наук, доцент*
Уральский государственный экономический университет (УрГЭУ),
г. Екатеринбург, Россия
marina_shishkina_2001@list.ru

В данной работе рассмотрена роль экономической безопасности в современных внешнеэкономических условиях. Поддержание экономической безопасности является основным элементом обеспечения национальной безопасности. Для этого необходима защита от внешних угроз, воздействующих на экономическую безопасность страны, таких как санкции, которые могут привести как негативные последствия для экономики страны, так и положительные (возможности ее развития), тем самым повышая уровень экономической безопасности.

Ключевые слова: экономическая безопасность, роль экономической безопасности, современные внешнеэкономические условия.

В настоящее время развитие страны зависит от большого количества факторов: как внутренних, так и внешних. Если внутренние факторы практически всегда зависят от действий самого государства, то внешние факторы не всегда поддаются контролю. Безусловно, органы государственной власти стремятся к формированию необходимых инструментов, которые определяют поведение различных субъектов в тех или иных ситуациях. Необходимо обеспечивать такой уровень защиты, который позволит предотвратить либо свести к минимуму последствия воздействия угроз, возникающих за пределами страны.

Целью данной работы является изучение и рассмотрение роли экономической безопасности в нынешних реалиях и внешнеэкономических условиях, достижение цели возможно при помощи следующих инструментов и методов: личные наблюдения авторов, изучение информационной базы, состоящей из нормативно-правовых актов, учебных пособий и статей, по которым произведен теоретический анализ.

Проведенное исследование отличается теоретической значимостью, помогая выявить взаимосвязь между различными вызовами, угрозами, рисками и новыми неопределенностями, возникающими на пути экономики страны, и ее экономической безопасностью.

Отсутствие опасностей и угроз является состоянием безопасности. Безопасность может формироваться в различных областях, но особенно важно состояние безопасности в экономической сфере жизни государства, так как экономикой определяются уровень жизни населения (доля граждан с доходами ниже величины прожиточного минимума; децильный коэффициент), объем производимых товаров и услуг (доля российского ВВП в мировом ВВП, ВВП на душу населения), финансовая обеспеченность государства (внутренний и внешний государственный долг, индекс денежной массы), внешний и внутренний товарооборот (индекс физического объема импорта и экспорта, оборот

розничной торговли) и многое другое [1]. Отсюда вытекает актуальность данного исследования как необходимость усиления значения обеспечения экономической безопасности в качестве основной составляющей, от которой зависит национальная безопасность в целом.

Экономическая безопасность — это состояние экономической и социальной сфер, обеспечивающее успешное экономическое и социальное развитие страны, рост жизненного уровня, надежную защиту экономических и социальных интересов государства на международной арене, способность нейтрализовать все внутренние и внешние угрозы экономической безопасности, адекватно отвечать на новые вызовы [2].

Одним из значимых моментов для экономической безопасности является упрочнение позиций государства на международной арене в результате обеспечения устойчивых долгосрочных отношений и объединения в различных сферах с государствами.

Исходя из определения «экономической безопасности», защита от внешних угроз необходима для устойчивого и эффективного развития страны: стабильного роста ВВП, недопущения повышения уровня инфляции, увеличения объема инвестиций в основной капитал, в машины и оборудование и т. д. Но, как мы можем отметить, актуальность внешних угроз особенно значима в современных агрессивных внешнеэкономических условиях. Политика стран, которая порождает нестабильность внешнеэкономической ситуации, обострение международной конкуренции вследствие разного уровня развития стран, обострение конфликтов между государствами, — всё это является источником внешних угроз.

Одним из инструментов воздействия на экономическую безопасность страны путем ограничения являются санкции, предполагающие конкретные меры (например, приостановление деятельности зарубежных компаний на территории России, запрет на импорт сырьевых и энергетических ресурсов; запрет всех операций в отношении движимого, недвижимого имущества, а также ценными бумагами; многое другое).

Введение санкций со стороны США и стран ЕС, действующих с февраля 2022 года, значительно повлияли как негативно, так и положительно на российскую экономику. Вследствие ведения такой политики мир для России разделился на дружественные и недружественные государства. Данные термины «дружественные государства» и «недружественные государства» вошли в обращение после событий февраля 2022 года. *Под недружественными странами* понимают государства, совершившие недружественные шаги по отношению к России, например, наложившие санкции или выславшие российских дипломатов и т. д.

Негативными последствиями стали потеря основных потребителей сырьевого и энергетического рынка за рубежом (приостановление реализации проекта «Северный поток-2»), что привело к снижению объема импорта продукции, а также основных поставщиков технологического сектора. Приостановление работы ПО и других программ иностранного производства, которые не имеют аналогов в РФ, но необходимы для функционирования и работы как

предприятий, так и для личного пользования граждан РФ, послужит фактором снижения доли инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, работ, услуг и высокотехнологичной и наукоемкой продукции в валовом внутреннем продукте.

Положительными моментами стало освоение новых рынков сбыта (страны БРИКС, СНГ), развитие отраслей внутри страны (например, авиа- и машиностроение — повышение индекса промышленного производства), формирование мер поддержки отечественных производителей (изменение графика платежей по кредитам, выдача кредитов по льготным ставкам, гранты на создание и развитие бизнеса, поддержка отдельных отраслей и регионов), которые в том числе создают новые рабочие места.

За счет высокой эффективности деятельности органов государственной власти удалось минимизировать негативные последствия и раскрыть все возможности развития российской экономики. Рост и поддержка отечественного производства и стабильность наличия рабочих мест положительно влияют на показатели экономической безопасности, определенных «Стратегией экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» (индекс промышленного производства, коэффициент напряженности на рынке труда, оборот розничной торговли, индекс предпринимательской уверенности и т. д.) [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что экономическая безопасность позволяет угрозы, связанные с текущими внешнеэкономическими условиями, модифицировать в средства совершенствования экономики страны, тем самым повышая ее уровень.

Список литературы

1. О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года: Указ Президента РФ № 208 от 13 мая 2017 г. — Москва, 2017.
2. Дворядкина, Е. Б. Экономическая безопасность : учеб. пособие / Е. Б. Дворядкина, Я. П. Силин, Н. В. Новикова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. — 2-е изд., перераб. и доп. — Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. — 194 с.

УДК 57.044

СПОСОБ ПОЛУЧЕНИЯ НАТУРАЛЬНЫХ КРАСИТЕЛЕЙ ДЛЯ ТЕКСТИЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

В. С. Боев

Сибирский федеральный университет (СФУ),

г. Красноярск, Россия

vsboev@sfu-kras.ru

В статье рассматривается возможность расширения ассортимента натуральных красителей для текстильных материалов различной природы за счет полифенольного комплекса, извлекаемого в результате водной экстракции отходов окорки темнохвойных пород деревьев. Описана схема экстракционной установки, использующей в качестве носителя тепла сушильный агент камерного сушильного аппарата деревообрабатывающего предприятия.

Ключевые слова: натуральные красители, хвойные растения, экстракция, отходы окорки.

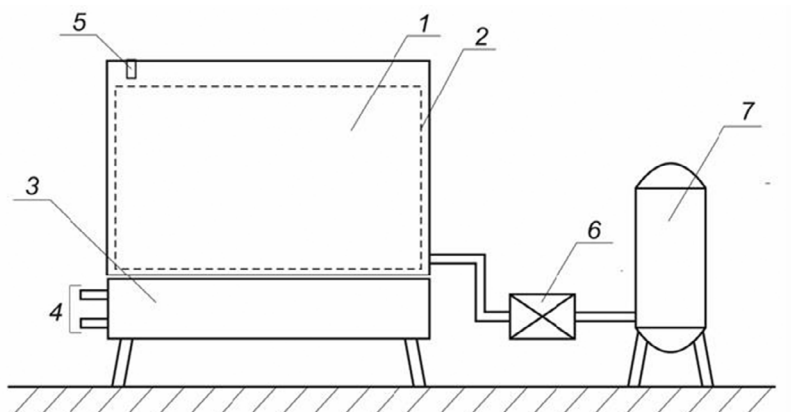
По данным статистики, в 2023 году в России фиксируется заметный рост производства в текстильной промышленности. Так, по данным Центра развития перспективных технологий [1], в первом полугодии 2023 г. выпуск текстильных товаров превысил аналогичный показатель 2022 г. на 28 %. Данное обстоятельство вселяет определенный оптимизм и дает основание полагать, что меры, предпринятые правительством РФ, положительно сказываются на развитии отрасли.

В то же время нельзя не учитывать исторически сложившуюся зависимость национальной текстильной промышленности от импорта сырья: хлопок в основном поставляется в нашу страну из Узбекистана, смесовые волокна — из Индии, Пакистана и Китая, натуральные красители — из Индии, а синтетические до недавнего времени — из Италии и Германии. Санкционное давление на экономику России, уход с российского рынка в 2022 г. многих европейских компаний актуализирует необходимость не только поиска новых поставщиков сырьевых материалов для текстильной промышленности, но и изыскание внутренних ресурсов для решения указанной проблемы. Одним из них нам представляется использование при колорировании волокон различной природы натуральных красителей, извлекаемых, например, из отходов деревообработки.

Известно, что лесная промышленность является малоэффективной по управлению отходами: в лучшем случае используется для производства топливных брикетов, паллет, сорбентов и другой продукции не более 15 % от общего количества отходов. Остальное вывозится в отвалы и зачастую является причиной пожаров, наносящих невосполнимый урон экономике как отдельного предприятия, так и региона в целом. В связи с этим целью настоящей работы явилось создание принципиальной схемы установки для экстрагирования комплекса красящих веществ из отходов окорки.

Ранее нами было показано [2–4], что водные экстракты коры хвойных растений Сибири — лиственницы, пихты, ели — способны окрашивать в бежево-оранжевую гамму цветов как натуральные (хлопок, шерсть), так и смесовые волокна. При этом прочность окраски оценивается как удовлетворительная, а придаваемая волокнам биоцидная активность в отношении санитарно показательных микроорганизмов 3–4 классов опасности сохраняется как минимум после пяти стирок [5]. Кроме того, показано, что неудовлетворительная прочность окраски полиэфирных материалов может быть существенно повышена за счет использования экологически нейтральных протрав — алюмокалиевых квасцов или сульфата железа (II). При этом фиксируется углубление цвета окрашенного волокна.

Анализ технологической схемы современного деревообрабатывающего предприятия показал, что её обязательным этапом является высушивание готовой продукции до транспортной влажности. При этом в зависимости от типа сушильных камер, используемых на предприятии, в качестве сушильного агента используется горячая вода или влажный пар с температурой не выше 100 °С. При этом избыточное количество сушильного агента отчасти может использоваться для отопления производственных помещений, но в основном утилизируется в виде выбросов в окружающую среду. Данное обстоятельство позволило предложить экономически и экологически более целесообразный способ применения отработанного сушильного агента, а именно: использовать его в качестве источника тепла для экстракционной установки отходов окорки древесины. Принципиальная схема установки представлена на рисунке.



- | | |
|-----------------------|--|
| 1. Экстрактор | 4. Подача/обратка горячей воды |
| 2. Сетчатый контейнер | 5. Заливное отверстие с фильтром |
| 3. Теплообменник | 6. Фильтр слива |
| | 7. Сборник концентрата водного экстракта |

Схема установки для экстракции комплекса красящих веществ из отходов окорки древесины

Предлагаемая установка представляет собой теплообменник и приваренную к нему экстракционную ёмкость. Ёмкость состоит из экстрактора, представляющего собой стальную сварной бак 1 с помещенным внутри сетчатым контейнером 2. Размер ячеек сетки составляет 2,5×2,5 мм, что позволяет обеспечивать циркуляцию воды. Так как после окорки кора складывается с размером кусков, допускающим проведение экстракции, то измельчение коры не производится. Кора из места складирования электрическим тельфером загружается в экстрактор, заливается через заливное отверстие 5 водой таким образом, чтобы её уровень был на 10–15 см выше верхнего слоя коры, и нагревается до температуры теплообменника 3, с последующим экстрагированием в течение 90–120 мин. Нагрев экстракционной ёмкости производится путём пропускания через теплообменник перегретой воды температурой от +85° до +95 °С, подаваемой через патрубки ввода-вывода 4 от сушильной камеры деревообрабатывающего предприятия, где размещена описываемая установка.

После завершения процесса экстракции сетчатый контейнер с корой удаляется из экстрактора, а полученный экстракт сливается через сетчатый фильтр 6 в сборник водного экстракта 7. Замер уровня экстракта производится метроштоком через отверстие 5. Обслуживание установки осуществляется двумя рабочими в смену, загрузка и выгрузка коры производится электрическим тельфером.

Полученный экстракт затем упаривается на роторном испарителе с целью получения пастообразного красителя или его сухого порошка. Данные формы удобны для упаковывания, хранения, транспортирования и применения натурального красителя в отделочном производстве текстильных материалов.

Список литературы

1. Производство текстильной продукции в России [Электронный ресурс]. — URL: <https://iz.ru/> (дата обращения: 09.02.2024).
2. Смирнов Р. Ю. Перспективы использования отходов окорки темнохвойных пород в производстве потребительских товаров / Р. Ю. Смирнов, И. В. Кротова // Проблемы развития рынка товаров и услуг: перспективы и возможности субъектов РФ: сб. материалов V Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Красноярск, 17–18 мая 2019 г. [Электронный ресурс] / под общ. ред. Ю. Ю. Суловой. — Электрон. дан. (20 Mb). — Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2019.
3. Кузина А. Н. Возможность утилизации коры лиственницы сибирской с получением красителей для текстильной промышленности / А. Н. Кузина, И. А. Пуховой, И. В. Кротова // Современные проблемы развития техники, экономики и общества: материалы междуна. НПК 14 марта 2016 г. — Казань, 2016. — С. 53–56.
4. Кротова И. В. Натуральные красители из отходов окорки хвойных растений / И. В. Кротова, В. С. Боев // Торговля, сервис, индустрия питания. — 2021. — № 4. — С. 406–420. — URL: <https://doi.org/10.17516/2782-2214-0029>

5. Кротова И. В. Утилизация отходов окорки темнохвойных пород деревьев с получением антибактериальных препаратов / И. В. Кротова, Г. С. Гуленкова, Н. А. Осмоловская, Р. Ю. Смирнов // Conference in Agribusiness, Environmental Engineering and Biotechnologies – AGRITECH-2019, 20–22 июня 2019, г. Красноярск – Conference Series: Earth and Environmental Series (EES), Publ. IOP.
6. Кротова И. В. К вопросу о безопасности текстильных материалов / И. В. Кротова, В. С. Боев // Региональные рынки потребительских товаров: качество, экологичность, ответственность бизнеса : материалы IV Всерос. НПК с междунар. участием. — Красноярск, 2023 С. 28–33.

ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

А. В. Воронько, *обучающийся*,
М. В. Севостьянова, *старший преподаватель*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
aleksa.voronko@yandex.ru

Статья посвящена исследованию качественных характеристик ювелирных изделий. Ювелирное дело в России активно развивается и на сегодняшний день насчитывает более 120 крупных производственных предприятий. Вопросы качества ювелирных изделий всегда должны быть на контроле у работников торговли, чтобы обезопасить потребителя от приобретения фальсифицированной продукции.

Ключевые слова: ювелирные изделия, оценка качества, цепи, показатели качества.

Одной из групп непродовольственных товаров являются товары ювелирные, характеризующиеся на сегодняшний день большим многообразием как группового, так и видового ассортимента. Ювелирное искусство в России за последние десятилетия претерпело значительные изменения, и с 90-х годов прошлого столетия отечественные ювелирные компании активно работают над возрождением традиций русского ювелирного дела.

На сегодняшний день в России работает более 120 крупных предприятий, производящих ювелирную продукцию, такие как ювелирный завод «Грант» (Санкт-Петербург), Московский завод ювелирных изделий «Лукас-Золото», Казанский ювелирный завод «Клон», Смоленский ювелирный завод «Кристалл» и др. Современные ювелирные изделия могут сочетать в себе традиционные техники и инновационные технологии, что позволяет создавать более сложные конструкции изделий. Особое значение уделяется и качеству ювелирной продукции, ведь зачастую потребитель не имеет возможности определить, например, чистоту ювелирного сплава или качество технологии производства изделия, поэтому задачей организаций, реализующих ювелирные украшения, является проведение оценок их качественных характеристик. Именно это определило цель исследований — оценить качество ювелирных украшений.

Первым этапом исследования было изучение основных товароведных характеристик ювелирных товаров. Так, было установлено, что основными факторами, формирующими качественные характеристики ювелирных изделий, являются материалы, применяемые в производстве, и технология создания изделия. Ювелирные изделия должны соответствовать требованиям ОСТ 117-3-002-95 или техническому описанию (ТО).






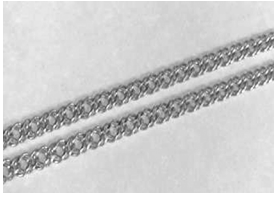


Объектом исследования были выбраны золотые предметы украшений без вставок 585-й пробы. Цепи: цепь Нонна с а/г пустотелая «TALANT»; цепь Бисмарк «TALANT»; цепь Ромб двойной «KRASTSVETMET»; цепь Якорь «TALANT»; цепь Панцирь «TALANT».

Первым этапом оценки качества была оценка полноты маркировки на соответствие требованиям ГОСТ 117-3-002–95 «Отраслевой стандарт. Изделия ювелирные из драгоценных металлов. Общие технические условия» [1]. Проведенные исследования установили, что все пять образцов золотых цепей соответствуют требованиям ГОСТ 117-3-002–95, маркировочные данные указаны в полном объеме, информация легко читаемая.

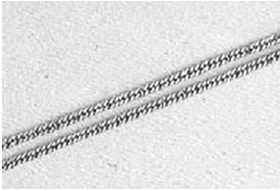
Вторым этапом оценки образцов золотых цепей было определение вида плетения, результаты представлены в табл. 1.

Таблица 1

Результаты определения вида плетения образцов

№ п/п	Тип плетения	Характеристика плетения	Фактический результат
Образец № 1	Нонна	Панцирная техника, звенья направлены в одной плоскости. Форма звеньев ближе к ромбовидному, чем к овалу. Главное условие: чередование звеньев разной величины в соотношении 1:1 	
Образец № 2	Бисмарк	От двух до четырех рядов звеньев, сплетенных вместе в одну единую «дорожку». Звенья скрепляются между собой фантазийным способом, образуя уникальное плетение 	
Образец № 3	Ромб двойной	Одна из разновидностей базовой панцирной или кольчужной техники, предполагающей соединение звеньев в одной плоскости. Наложение двух одинарных ромбов, проходящих через звенья друг друга 	
Образец № 4	Якорь	Звенья овальной формы вставляются друг в друга под прямым углом 	

Окончание табл. 1

Образец № 5	Панцирь двойной	Звенья крепятся не только последовательно, но и рядом друг с другом, за боковые стенки. В результате получается достаточно объемное, плотное и массивное изделие	
-------------	-----------------	--	---

Проведенные исследования позволили заключить, что плетение всех образцов соответствует заявленному производителями в маркировке.

Следующим этапом оценки было проведение качественной идентификации образцов на соответствие требованиям ОСТ 117-3-002–95 с целью выявления дефектов изделий, так как именно дефекты в различной степени влияют на потребительские свойства, а в отдельных случаях могут и вовсе ограничить использование изделий по назначению. В ходе исследования было установлено: внешний вид всех пяти выбранных образцов имеет четкий контур, без выступающих элементов, сколов и трещин на поверхности. Видимых дефектов на всех образцах не обнаружено, цепочки обладают гибкостью, не имеют деформированных звеньев, звеньев с расслоением металла, перевернутых звеньев, изменяющих внешний вид цепочки.

Далее была определена масса изделий на соответствие заявленной производителями в маркировочных данных. Образцы были взвешены на весах, результаты представлены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты определения массы образцов, г

Образец	Масса изделия, заявленная производителем, г	Масса фактическая, г
№ 1	4,5	4,5
№ 2	3,57	3,57
№ 3	6,86	6,86
№ 4	2,28	2,28
№ 5	5,33	5,33

В ходе определения массы образцов было установлено, что все пять образцов цепей соответствуют заявленной массе на ярлыках изготовителя.

Завершающим этапом исследования было определение размеров (длины) выбранных образцов золотых цепей с помощью измерительной линейки в соответствии с требованиями ОСТ 117-3-002–95. Результаты определения размера (длины) образцов представлены в табл. 3.

Результаты определения длины образцов

Требования к размеру по ОСТ 117-3-002-95	Образец № 1	Образец № 2	Образец № 3	Образец № 4	Образец № 5
400, 450, 500, 550, 600, 650 мм	400 мм	450 мм	500 мм	500 мм	500 мм

В результате определения размера (длины) выбранных образцов было выявлено, что все пять образцов золотых цепей соответствуют стандартам ОСТ 117-3-002-95 и характеристикам, указанным производителями на ярлыке: Нонна — 400 мм, Бисмарк — 450 мм, Ромб двойной — 500 мм, Якорь — 50 мм, Панцирь двойной — 500 мм.

Таким образом, проведённые исследования показали, что производители четко соблюдают нормы и требования, регламентируемые для ювелирной продукции, и выпускают качественные ювелирные изделия.

Список литературы

1. ОСТ 117-3-002-95: отраслевой стандарт. Изделия ювелирные из драгоценных металлов. Общие технические условия. — Москва : Изд-во стандартов.
2. ГОСТ Р 53197-2008 (ИСО 9202:1991). Ювелирные изделия. Пробы сплавов на основе драгоценных металлов. — Москва : Стандартинформ, 2008.
3. ГОСТ Р 52793-2007. Металлы драгоценные. Термины и определения. — Москва : Стандартинформ, 2007.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГИПЕРМАРКЕТОВ г. НОВОСИБИРСКА

В. С. Кловак, *обучающийся*, К. А. Комарчев, *обучающийся*,
И. А. Шмидт, *старший преподаватель*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
viktoriaklovak@yandex.ru

В данной работе проведен сравнительный анализ маркетинговой деятельности гипермаркетов г. Новосибирска с целью оценки их конкурентоспособности. Проведен SWOT-анализ исследуемого предприятия ООО «Лента».

Ключевые слова: конкурентоспособность, SWOT-анализ, 4P, торговые марки, маркетинг, гипермаркеты, г. Новосибирск.

Все предприятия в коммерческой сфере в большей или меньшей степени встречаются с проблемой конкуренции. Поэтому, чтобы не проиграть конкуренцию и развиваться, надо проводить анализ положения организации на рынке, в том числе маркетинговой деятельности, и на основе результатов принимать меры в направлении конкурентоспособности.

Для того, чтобы объективно оценить положение предприятия на рынке также необходимо проводить SWOT-анализ. Он позволяет оценить сильные и слабые стороны организации, определить, какие есть возможности и к каким угрозам подготовиться [1]. В качестве объекта наблюдения рассматривается гипермаркет «Лента» (ул. Гусинобродское шоссе, 64). Результаты SWOT-анализа «Ленты» представлены в табл. 1.

Из анализа можно сделать вывод, что у предприятия за счет положительного имиджа на рынке есть возможность конкурировать и «подавлять» имеющихся и потенциальных конкурентов, товары собственного производства помогают удерживать реальных потребителей и привлекать потенциальных.

Для сравнительного анализа в качестве объектов исследования были выбраны два гипермаркета г. Новосибирска: ООО «О'кей» и ООО «Ашан», расположенные по адресам: ул. Военная, 5, ул. Фрунзе, 238 соответственно. На основании проведенного опроса потребителей гипермаркетов установлено, что все три гипермаркета обслуживают мужчин и женщин от 18 до 60 лет, чаще всего с детьми, средний чек за одно посещение составляет от 1500 до 5000 руб., в среднем частота посещения 2–3 раза в неделю.

В гипермаркете «Лента» представлены товары различных марок для людей как с высоким, так и с низким доходом. Также у «Ленты» имеется собственная марка «Лента FRESH», под которой предлагаются товары собственного производства. Более подробно результаты сравнительного анализа маркетинговой деятельности гипермаркетов представлены в табл. 2 (информация получена методами наблюдения, а также кабинетными исследованиями интернет-ресурсов).

Исходя из анализа, можно сделать вывод, что гипермаркет «Лента» имеет больше собственных торговых марок, чем его конкуренты. «Лента» использует много средств продвижения: от радио до персональных скидок, имеет красочную и привлекательную для потребителя упаковку, развитую систему доставки, что в настоящее время является конкурентным преимуществом, так как люди все чаще предпочитают заказывать товары через службу доставки [6]. «Лента» имеет удобное расположение, широкий ассортимент, приятную атмосферу, собственную продукцию, дифференцированные цены, собственные торговые марки, благодаря чему можно отнести это предприятие к конкурентоспособным на рынке гипермаркетов.







Таблица 1






Развернутая матрица SWOT-анализа гипермаркета «Лента»

	Возможности	Угрозы
	Внедрение товаров-новинок. Увеличение количества касс самообслуживания. Расширение целевого сегмента. Сотрудничество с новыми поставщиками	Появление продуктов-заменителей. Появление и усиление конкурентов. Изменение курса доллара. Изменение требований покупателей. Изменение цен на продукты
Сильные стороны Дифференцированные цены. Положительный имидж. Постоянное сотрудничество с поставщиками. Большое количество потребителей. Собственное производство	Положительный имидж привлекает поставщиков. Собственное производство открывает возможности для создания и внедрения новых товаров. Большое количество потребителей способствует внедрению новых товаров	Положительный имидж компании помогает бороться с появлением новых конкурентов. Независимость от курса доллара за счет собственного производства
Слабые стороны Низкая скорость обслуживания на кассах из-за нехватки персонала. Встречается бракованный товар. Сильная текучесть персонала	Сильная текучесть персонала компенсируется увеличением количества касс самообслуживания и внедрением при их отсутствии. Сотрудничество с новыми поставщиками может уменьшить количество бракованного товара. Низкая скорость обслуживания на кассах из-за нехватки персонала мешает расширению целевого сегмента	Из-за повышающихся требований покупателей бракованный товар недопустим. Из-за растущей конкуренции низкая скорость обслуживания покупателей недопустима. Из-за низкой скорости обслуживания на кассах покупатели могут выбрать конкурента

Таблица 2

**Сравнительный анализ маркетинговой деятельности гипермаркетов
г. Новосибирска**

Характеристика	«Лента»	«О'кей»	«Ашан»
Собственная торговая марка	<p>«365 дней», «Лента», «Лента FRESH», «Лента LIFE»</p> 	<p>«То, что надо»</p> 	<p>«Золотая птица», «Красная птица», «Каждый день»</p> 
Соотношение цена/качество	<p>«365 дней» — низкая цена, низкое качество. «Лента FRESH» — собственное производство. «Лента» — продукты среднего качества и средней цены. «Лента LIFE» — экологически чистые продукты</p>	<p>«То, что надо» — низкое качество, низкая цена</p>	<p>«Золотая птица» — высокое качество, высокая цена. «Красная птица» — среднее качество, средняя цена. «Каждый день» — низкое качество, низкая цена</p>
Упаковка	<p>«365 дней» — упаковка в глаза не бросается, качеством не отличается. «Лента FRESH» — упаковка сдержанная, указывает на качество готового продукта. «Лента» — упаковка яркая, бросающаяся, качественная печать. «Лента LIFE» — содержательный красивый дизайн, качественная печать</p> 	<p>«То, что надо» — упаковка не бросающаяся, низкокачественная</p> 	<p>«Золотая птица» — упаковка красочная, качественная, премиальная. «Красная птица» — упаковка простая, сдержанная, среднего качества. «Каждый день» — упаковка низкокачественная, не приметная, дешевая</p> 

<p>Доставка</p>	<p>«Ленточка», «СберМаркет», «Яндекс доставка»</p>	<p>«СберМаркет»</p>	<p>«СберМаркет»</p>
<p>Реклама</p>	<p>Билборд.</p>  <p>Печатная реклама.</p>  <p>Телевизионная реклама. Реклама по радио. Скидки, сезонные распродажи, бонусы, e-mail-рассылка, sms-рассылка, персональная скидка за 3 дня до дня рождения и 3 дня после, персональные скидки для пенсионеров, в приложении «Лента» играйте каждый день и получайте призы [3]</p>	<p>Билборд.</p>  <p>Печатная реклама.</p>  <p>Скидки, сезонные распродажи [4]</p>	<p>Печатная реклама.</p>  <p>Телевизионная реклама. Скидки, сезонные распродажи, персональные скидки для пенсионеров [2]</p>
<p>Мерчандайзинг</p>	<p>«365 дней» — товары расположены на одном уровне и иногда ниже дорогих продуктов. «Лента FRESH» — продукция расположена на витринах. «Лента» — продукция расположена на одном уровне с другими продуктами. «Лента LIFE» — продукция имеет отдельные стеллажи</p>	<p>«То, что надо» — продукция, как правило, занимает нижние полки</p>	<p>«Золотая птица» — продукция занимает верхние полки на уровне глаз. «Красная птица» — продукция занимает средние полки на уровне глаз. «Каждый день» — продукция, как правило, занимает нижние полки, разложена неаккуратно</p>

Список литературы

1. Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для вузов / Н. А. Казакова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2023.
2. Официальный сайт «Ашана» [Электронный ресурс]. — URL: https://www.auchan.ru/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F (дата обращения: 23.01.2024).
3. Официальный сайт «Ленты» [Электронный ресурс]. — URL: https://lenta.com/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F (дата обращения: 23.01.2024).
4. Официальный сайт «Окей» [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.okmarket.ru/> (дата обращения: 23.01.2024).
5. «Лента» превращает знания о покупателях в лояльность. [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.retail.ru/cases/lenta-prevrashchaet-znaniya-o-pokupatelyakh-v-loyalnost/> (дата обращения: 05.02.2024).

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

С. О. Литвинов

Научный руководитель: О. В. Кондратьева, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
litvinovso7sem@yandex.ru

В данной работе проведено исследование логистического подхода к управлению цепями поставок и основных трендов развития в логистике. Автором выявлено, что в неуклонно развивающейся сфере логистики наблюдаются заметные изменения, продиктованные глобализацией и эволюцией цифровой среды.

Ключевые слова: сетевая структура, логистика, цепи поставок, тренды в логистике.

Актуальность проведенного исследования заключается в том, что в неуклонно развивающейся сфере логистики управление цепями поставок направлено на создание новых цифровых технологий.

Цель исследования — анализ логистического подхода к управлению цепями поставок и основных трендов развития в логистике.

В ходе исследования использовались такие методы и инструменты исследования, как анализ, синтез, сравнение, наблюдение, статистический анализ и анализ вторичных данных.

На сегодняшний день наука представляет множество вариаций понятия *управление цепями поставок*. Значение данного понятия — это организация через планирование и контроль и выполнение товарного потока от закупок через производство и распределение до конечного потребителя в соответствии с требованиями рынка к эффективности по затратам.

В зависимости от количества участников в процессе товародвижения различают следующие уровни сложности цепей поставок:

- 1) прямая;
- 2) расширенная;
- 3) максимальная [1].

Цепи поставок по своей сути представляют последовательности поставщиков и потребителей. Каждый потребитель в дальнейшем становится поставщиком в более нижнем звене — так продолжается до тех пор, пока товар не поступит к конечному потребителю. Поэтому можно говорить о своеобразной «сетевой структуре цепей поставок», в которой каждая компания поставляет друг другу материально-товарную продукцию или услуги, добавляя определенную стоимость к товару.

В контексте цепей поставок конфигурация сети подвержена модификациям, определенным структурными измерениями и границами. Сетевая структура варьируется от укороченных до удлиненных цепочек в зависимости от количества звеньев в горизонтальной плоскости [1, 2].

Расположение фокусной организации в рамках этой сетевой конструкции может колебаться от близости к первичным источникам поставок до непосредственного контакта с конечными потребителями либо она может находиться на равном расстоянии между этими двумя экстремумами.

Вертикальные аспекты сети определяются численностью компаний, влияющих либо на отдельные уровни, либо на всю структуру в целом, создавая или узкую цепь с ограниченным числом участников, или широкую — с множеством участников на каждом из уровней.

На сегодняшний день основные тренды в сфере логистики основаны на ускорении цифровизации процессов, стремлении к экологичности и устойчивости, а также адаптации к изменяющимся торговым путям и экономическим условиям. Понимание этих направлений позволит специалистам сектора оптимизировать свои цепочки поставок, улучшить управление товарными запасами и повысить общую эффективность работы [3].

Последние цифровые тенденции в логистике показывают, что разработчики программного обеспечения для логистики выдвигают новые идеи и создают многофункциональные цифровые решения проблем.

Основные тенденции в логистике:

1. Автоматизация — применение компьютерного программного обеспечения. Ключевыми преимуществами автоматизированных систем являются искусное управление запасами, оперативность отслеживания их статуса, мгновенная доставка, непрерывное осуществление финансовых транзакций и анализ больших объемов данных с восхитительной точностью [3].

2. Беспроводная передача данных без участия человека. С помощью этой технологии собственники автопарков насыщают свой транспорт датчиками и метками RFID, дабы насытить оперативную деятельность данными без необходимости человеческого участия, реализуя тем самым оптимизацию маршрутов при возникающих сложностях в пути. Оснащение транспортных средств, складских помещений и контейнеров интегрированными сенсорами позволяет мониторить уровень влажности и температуры, гарантируя оперативное оповещение при критических колебаниях показателей, что облегчает оперативное вмешательство в процесс.

3. Блокчейн. Представляет собой технологию, которая позволяет компаниям повысить безопасность транзакций и защитить права собственности. Блокчейн в логистических системах применяется как реестр, способный безопасным способом записывать данные о транзакциях, в результате чего происходит упрощение логистического процесса и повышение надежности [3].

4. «Цифровые близнецы». Подход предполагает создание виртуальных копий физических объектов. Виртуальные модели, имитирующие цепочки поставок и транспортные средства, обеспечивают более наглядное представление, что является основной проблемой всей сферы.

5. Искусственный интеллект (ИИ) играет все более значительную роль, определяя будущее отрасли. В условиях постоянно растущего объема данных компании могут использовать возможности ИИ для анализа и оптимизации рабочих процессов на всех этапах цепочки поставок; а также роботизация

и автоматизация, которые способствуют снижению операционных затрат и повышению уровня безопасности в складских и распределительных комплексах.

6. Усиление роли экологии. Одной из крупнейших проблем в логистике являются выбросы углекислого газа. На эту сферу приходится около 24 % от их глобального объема. Прогнозируется, что к 2050 году этот процент увеличится практически до 40 %, если не будут предприняты незамедлительные меры. Поэтому экологическая безопасность является важным трендом в логистической сфере [3].

Исходя из данных трендов, можно сделать вывод о том, что в эпоху глобализации организации находятся в постоянной конкуренции, чтобы предоставить клиентам продукцию самого высокого качества. Для того чтобы в современном мире организация могла осуществлять свою деятельность, ей необходимо очень трепетно подходить к процессу планирования цепи поставок.

Планирование цепи поставок на сегодняшний день представляет календарное планирование, которое позволяет объединить возможности производителей, поставщиков и покупателей. Проблема в том, что для разных товаров необходимы разные объемы страховых запасов. Для решения данной проблемы в планировании цепи поставок применяется ABC-анализ. Исходя из анализа каждой группы товаров, производится прогнозирование страхового запаса и его поставки. Кроме того, в планировании цепи поставок стоит уделить внимание тщательному подбору поставщиков. Главным фактором успешного сотрудничества является не только экономическая целесообразность, а качество продуктов и предоставляемых услуг.

Подводя итог по данным, представленным в статье, можно заключить, что цепи поставок по своей сути представляют последовательности поставщиков и потребителей. Тренды в управлении цепями поставок направлены на создание новых цифровых технологий.

Теоретическая значимость исследования — полученные результаты могут быть использованы в педагогической практике. Практическая значимость исследования — предлагаемые рекомендации могут быть использованы для повышения эффективности логистической системы оптовых торговых организаций.

Список литературы

1. Лукинский, В. С. Логистика и управление цепями поставок : учебник и практикум для вузов / В. С. Лукинский, В. В. Лукинский, Н. Г. Плетнева. — Москва : Юрайт, 2022. — 359 с.
2. Александров, О. А. Логистика : учеб. пособие / О. А. Александров. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 224 с.
3. Тренды в логистике России в 2024 году [Электронный ресурс]. — UPL: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/trendy-logistiki-rossii-v-2024-godu/> (дата обращения: 05.01.2024).

ЗАПАСЫ, РЕГУЛИРУЕМЫЕ ПОСТАВЩИКОМ, КАК ЭФФЕКТИВНАЯ МЕТОДИКА УПРАВЛЕНИЯ В ЦЕПИ ПОСТАВОК

Д. А. Мальцев, *обучающийся*, Т. С. Архипенко, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ogog12@mail.ru

В данной работе рассмотрены гибкие и эффективные цепочки поставок, которые приходят на смену традиционным системам управления поставками. Цель исследования — рассмотреть современные подходы к управлению цепочками поставок товаров; регулирование системы запасов поставщиком с целью адаптации данного метода при проведении дальнейшего исследования.

Ключевые слова: традиционные системы управления цепочками поставок, система запасов, контролируемая поставщиком, оптимальный объем поставки.

Важность управления закупками и поставками стала особенно очевидной в мире, где поставки во многом определяют выживание корпорации и ее успех. Эффективность цепи поставок влияет не только на операционный и финансовый риск компании, но и на ее репутацию. Современные глобальные масштабы цепей поставок, их выход в развивающиеся страны налагают дополнительные обязательства на поставщиков, и это касается не только мониторинга экологических, социальных и политических аспектов и вопросов безопасности, но и влияния на эти стороны [1].

В условиях современного конкурентного рынка гибкие системы управления цепочками поставок приходят на смену традиционным системам. Они являются более эффективными по сравнению с уже устаревающими традиционными системами.

В рамках данной статьи рассмотрим одну из таких новых систем управления: систему регулирования запасов поставщиком.

Для начала рассмотрим особенности традиционных методов управления запасами (далее — ТМУЗ). ТМУЗ строятся на приоритетах высшего руководства предприятия. Предприятие, как правило, сосредоточено на показателях оборачиваемости запасов и объемов целевых вложений в запасы. Вместе с тем в данном подходе не учитываются: уровень обслуживания клиента, периоды выполнения заказов, суммарные годовые затраты и рабочая нагрузка. Как следствие, предприятие балансирует между снижением собственных затрат и своевременностью выполнения заказа клиента. Если управление запасами организовано неграмотно, это приводит к срыву поставок либо к росту затрат.

Для планирования запасов необходимо прогнозировать спрос на продукцию. В традиционном прогнозировании спроса имеются слабые места: техники прогнозирования основываются на ситуативных расчетах и не учитывают всей информации, касающейся производственной среды; техники прогнозирования

зачастую выбирают на основании личных предпочтений специалистов; неполный учет факторов, влияющих на спрос, приводит к неэффективному управлению запасами.

С наступлением эпохи информационных технологий на основе традиционных практик разрабатываются более эффективные системы планирования запасов и управления ими.

Одной из таких систем является система запасов, контролируемая поставщиком (далее — ЗРП) (от англ. *Vendor-managed inventory, VMI*). Определить ЗРП можно как способ оптимизации деятельности в цепи поставок, при котором поставщик отвечает за поддержание уровня запасов у потребителя путём получения доступа к данным о запасах клиента.

Цель ЗРП — высокая доступность запасов при низком уровне загруженности складов. Метод ЗРП — это управление поставщиком складами покупателя (клиента). Впервые внедрять ЗРП стала компания Procter&Gamble в 80-е годы прошлого века [3].

Сегодня метод ЗРП используют такие компании, как Bayer, Porsche и многие другие. Для успешного внедрения ЗРП подходит, как правило, ассортимент продукции, производимой в больших объемах и пользующейся постоянным спросом, и поставляемый от одного поставщика.

Система ЗРП состоит из двух механизмов.

Одним из главных механизмов ЗРП является эффективная реакция заказчика, т. е. тесное сотрудничество между предприятиями с целью более быстрого, качественного и менее затратного удовлетворения потребностей клиента. Эффективная реакция заказчика включает в себя кооперацию между поставщиком и заказчиком, планирование спроса, управление цепочками поставок, а также методы оперативного решения проблем [2].

Вторым механизмом является управление запасами. Оно подразумевает непрерывный обмен данными о состоянии запасов и объемах спроса (реальных и планируемых) между заказчиком и поставщиком.

В ЗРП объем заказа определяет производитель на основании регулярно передаваемой ему информации о состоянии запасов от заказчика (клиента). Клиент, как правило, ежедневно предоставляет поставщику данные о запасах, поступлении товара и его продажах. Поставщик самостоятельно рассчитывает объем оптимальной поставки и выдает заказ на отгрузку. Расчет оптимального объема поставки осуществляется одним из трёх алгоритмов:

1. Если уровень запасов опускается ниже минимального, производится их пополнение определенным количеством.
2. Если происходит активная продажа товара, запасы пополняются на определенное количество (до максимального уровня).
3. При активных продажах товара поставщик самостоятельно рассчитывает оптимальный уровень пополнения запасов.

Разница между вторым и третьим алгоритмом в том, что при втором поставщик отгружает товар до максимально установленного уровня, а при третьем варианте максимальный уровень отсутствует в принципе, и поставщик самостоятельно рассчитывает количество к отгрузке. Далее, на основании

подтверждения заказа, клиент согласовывает заказ на поставку, после чего поставщик отгружает партию товара вместе с извещением о поставке и отгрузочными документами.

Правила ЗРП не только определяют цели, процессы и ответственность партнеров, но и создают равные ожидания с обеих сторон. Поэтому основой успешности ЗРП является взаимное доверие между клиентом и поставщиком, а также определенные правила поведения. Открытие доступа к информации клиента позволяет поставщику своевременно и эффективно реагировать на запросы.

Потенциал системы ЗРП включает в себя множество плюсов для взаимовыгодных решений для всех сторон цепочки поставок. Вот главные из них: низкая загруженность складских помещений (как следствие — экономия на аренде больших площадей); сокращение операционных издержек; оперативное реагирование поставщика на колебания спроса регулярным мониторингом данных; бесперебойное снабжение, которое обеспечивается сведением до минимума ситуаций отсутствия товара на складе [1].

Вместе с тем у ЗРП имеется и ряд минусов: высокие инвестиции в IT-архитектуру и реализацию проекта. А неточная либо неполная информация (из-за проблем с IT) приводят к накоплению старых запасов или отсутствию товара на складе: так как спрос на разные товары различается, ЗРП невозможно применить ко всему ассортименту запасов. Поскольку поставщик имеет доступ к коммерческой и деловой информации клиента, существует риск, связанный с отсутствием доверия.

Как было сказано выше, проект ЗРП должен иметь под собой прочную информационную базу и быть хорошо структурирован. Как правило, проект ЗРП подразделяется на три этапа: планирование, пилотная реализация и развертывание.

На начальной стадии планирования проводятся анализ и оценка клиентов и продукции на предмет целесообразности применения ЗРП. Для ЗРП подходит продукция с высоким и постоянным спросом, которая производится крупными партиями. После отбора подходящего клиента начинается совместная обработка информации. На основе данной информации просчитываются запасы.

Для минимизации ситуаций отсутствия необходимой продукции на складе рассчитывается объем запасов на основании реальных данных о спросе. При анализе также используются архивные данные о запасах из информационной системы. Затем проводится моделирование складских запасов, которое позволяет определить необходимый объем запасов. Моделирование позволит избежать ситуаций отсутствия товара на складе в будущем. Очень важно определить необходимый уровень обслуживания клиента. Желательно 100 %-е соблюдение условий поставок, что влечет за собой дополнительные расходы из-за необходимости содержания резервных запасов, поэтому необходим поиск взаимовыгодных решений [2].

Следующий этап — пилотная реализация. Он даёт возможность тестирования новых процессов и процедур в реальности. Необходимо определить параметры запасов и оптимизировать информационные процессы между поставщиком и заказчиком. Информация о состоянии запасов передается несколькими путями

через разные промежутки времени. Для более наглядной визуализации может использоваться канбан и подобные схожие инструменты [3].

Этап тестирования ассортимента продукции длится от 2 до 4 месяцев. На нём регулярно проверяются запасы и отзывы клиентов. Если поставки осуществляются без каких-либо трудностей, то концепцию ЗРП можно распространять на все запасы. Этап распространения можно назвать этапом реального развертывания.

Успех ЗРП в долгосрочной перспективе зависит от того, придерживаются ли заказчик и поставщик правил и процедур ЗРП. Например, соблюдаются ли со стороны поставщика условия поставки, а со стороны заказчика своевременно ли предоставляется информация. Кроме того, необходимо несколько раз в год (от 2 до 4 раз) проводить пересмотр установленных уровней запасов с учетом актуальной ситуации на рынке и в организации.

Список литературы

1. Управление закупками и поставками : учебник для студентов вузов / М. Линдерс, Ф. Джонсон, А. Флинн, Г. Фирон; пер. с англ. под ред. Ю. А. Щербанина. — 13-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, — 751 с.
2. Современные методики управления запасами. Часть 1. — URL: https://ur-pro.ru/library/logistycs/supply_management/vmi-i-ico-1/ (дата обращения: 10.02.2024).
3. Современные методики управления запасами. Часть 2. — URL: https://ur-pro.ru/library/logistycs/supply_management/vmi-i-ico-2/ (дата обращения: 10.02.2024).

РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ «МАРКЕТИНГ ВПЕЧАТЛЕНИЙ»

К. А. Маркелова, А. В. Бурматова

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ksenijasib@mail.ru

Данная работа посвящена исследованию развития концепции маркетинг впечатлений, которая становится все более актуальной в условиях современного рынка. Цель исследования — рассмотреть инструменты и подходы, которые помогают компаниям создавать глубокие и персонализированные взаимодействия с клиентами, увеличивая их лояльность. Методы и инструменты исследования — метод экспертных оценок и эмпирический метод.

Ключевые слова: маркетинг впечатлений, экономика, эмпирический маркетинг.

В новой экономике, когда цифровой маркетинг, социальные сети и поток информации преобладают в мире, оказывается непросто привлечь внимание клиентов. Современный покупатель становится все более требовательным и стремится активно участвовать в процессе покупки, ища новые и яркие впечатления, которыми можно поделиться в онлайн-сообществах. Конкуренция растет с каждым годом, и компаниям все сложнее выделиться на фоне однотипных предложений. Процесс привел к появлению нового направления в рекламе.

Прежде чем рассмотреть развитие данной концепции, следует обратить внимание на историю ее возникновения. Концепция «маркетинг впечатлений» появилась в 1990-х гг. благодаря работе пионера в этой сфере — Берта Пайне. Он утверждал, что потребители стремятся не только приобрести продукт, но и получить удовлетворение от процесса его приобретения.

Идея маркетинга впечатлений представляет собой особую стратегию, основанную на способности вызывать у клиента определенные эмоции при покупке товара или услуги. Термин «маркетинг впечатлений» (от англ. *experiential marketing*) известно как *эмпирический маркетинг*, строится на создании впечатлений. Возможные эмоции могут быть разнообразными, включая как негативные, так и позитивные или нейтральные впечатления.

Однако маркетинг впечатлений — это не просто набор рекламных трюков, направленных на создание положительного впечатления о товаре или услуге. Концепция включает в себе глубокий анализ потребностей и предпочтений целевой аудитории, а также создание уникальных, запоминающихся моментов во время взаимодействия с брендом.

Эмоциональная связь между клиентом и продуктом является основной сутью эмпирического маркетинга. Производители устраивают различные мероприятия, чтобы окунуть клиента в мир своего продукта. Эти события могут представлять собой как крупные тематические вечеринки, так и ограниченные временные акции. С помощью всех органов чувств устанавливается прочная эмоциональная связь, что способствует развитию лояльности к бренду со стороны потребителей.

Одним из примеров успешной реализации концепции «маркетинг впечатлений» являются тематические парки развлечений, которые создают пространство, полное фантазий и удивления. Здесь потребители не только покупают билеты на аттракционы, но и погружаются в атмосферу, где каждый шаг сопровождается эмоциями. Однако и другие отрасли могут применять эту концепцию для укрепления своих брендов. Например, рестораны могут предлагать не только вкусные блюда, но и создавать уникальную атмосферу. Многие производители товаров начали внедрять этот подход в свои стратегии. Покупателям предлагаются не только хорошие товары, но и приятные бонусы, дополнительные возможности или уникальные впечатления, которые делают их опыт владения продуктом более ценным и запоминающимся.

В 1999 году появилась книга «Эмпирический маркетинг: как заставить клиента чувствовать, думать, действовать, а также соотносить себя с вашей компанией». Каждый клиент уникален, и ему важно, чтобы компания учитывала его эмоциональные потребности [4].

В книге были выделены пять типов взаимодействия бренда и клиента: сенсорный, эмоциональный, когнитивный, вдохновляющий к действию и вызывающий чувство общности. Идеальным считается использование всех этих видов в эмпирическом маркетинге. Менеджмент впечатлений объединяет классический менеджмент, архитектуру, психологию, искусство, уникальный дизайн, технологии и программирование. Основой каждого плана является правильная стратегия, которая фактически формирует сам план. Эта стратегия помогает понять потребности клиентов и направить их по нужному пути. Основой успешного маркетинга является непрерывный анализ результатов и дальнейшее развитие стратегии. Компания должна быть готова адаптироваться к изменениям на рынке и учитывать новейшие тенденции в поведении потребителей [1].

Маркетинг эмоций акцентирует внимание на таких вещах, как создание эмоциональной связи с брендом, увеличение узнаваемости, поощрение рекомендаций, расширение целевой аудитории.

Фундаментальным изменением взаимодействий в маркетинге впечатлений является изменение порядка событий в рекламных кампаниях: сначала воздействие маркетинговых стратегий, затем принятие решения о покупке и, наконец, оценка приобретенного товара. В отличие от традиционного маркетинга, маркетинг впечатлений оперирует своими собственными ключевыми моментами, начиная с воздействия маркетинговых средств [2].

Формирование средств воздействия на целевую аудиторию оказывает огромное влияние на результаты бизнеса. Потенциальные покупатели убеждаются в ценности продукта еще до его приобретения, что позволяет им чувствовать, что решение о покупке принято самостоятельно, укрепляя их уверенность в своей индивидуальности. Этот процесс способствует созданию глубоких и запоминающихся взаимодействий с клиентами, что, в свою очередь, помогает установлению долгосрочных связей и повышению уровня лояльности к бренду. «Для создания качественного макровпечатления все микровпечатления внутри него должны быть тщательно продуманы и выстроены в нужном порядке», — сказали Р. Россман и М. Дюрден. Изучая психологию потребителей, авторы книги «Дизайн впечатлений. Инструменты и шаблоны создания у

клиента положительных эмоций от взаимодействия с компанией и продуктом» выявили факторы, которые оставляют неизгладимое впечатление: способность вызывать радость, привлекать внимание и укреплять взаимоотношения между людьми. Они подчеркнули важность затрагивания значимых тем и концепций, передачи новых навыков и информации, а также помощи участникам в развитии самостоятельности. Эмоциональный фон играет ключевую роль в запоминании товаров потребителями, подчиняя их влиянию маркетинга впечатлений.

Эксперты обратили внимание на то, что клиенты все больше ценят эмоции, которые они получают от процесса покупки. Поэтому компаниям необходимо уделять внимание созданию приятного опыта для потребителей. Продавец теперь предлагает не просто обмен товара на деньги, а возможность для клиента испытать продукт перед покупкой. Потребитель имеет свободу выбора и не обязан приобретать то, что ему не нравится. В результате продукт становится более привлекательным для потребителя, который получает от него положительные эмоции и делает свой выбор [3].

Маркетинг впечатлений активно используется на всех этапах взаимодействия с потребителем — от привлечения внимания и преодоления порога входа до послепродажного обслуживания и удержания клиентов. Этот подход помогает компаниям дифференцироваться на рынке, создавая уникальные и незабываемые опыты для своих клиентов. Эмоциональная привязка, персонализация и инновационные подходы — все это основные составляющие успешной стратегии маркетинга впечатлений.

Важно помнить, что для предотвращения негативных отзывов о компании общение с клиентами должно быть взаимовыгодным. Маркетинг впечатлений играет ключевую роль в современном мире открывая новые возможности для компаний в достижении конкурентного преимущества. Реклама, которая основывается на поведении, целях, мечтах, страхах и надеждах целевой аудитории, позволяет выделиться среди множества и создать уникальный образ продукта. Важность впечатлений заключается в том, что они ценятся гораздо выше, чем просто стоимость товара. Поэтому использование маркетинга впечатлений в продвижении продукции имеет большое значение.

Список литературы

1. Карпова, С. В. Развитие инновационных направлений маркетинга / С. В. Карпова // *Управленческие науки*. — 2013. — № 2. — С. 71–76.
2. Пайн, Дж. Б. Экономика впечатлений / Дж. Б. Пайн, Дж. Х. Гилмор. — Москва : Вильямс, 2005.
3. Петренко, Е. С. Формирование маркетинга впечатлений на предприятиях массового питания / Е. С. Петренко // *Экономика и управление*. — 2011. — № 6 (68). — С. 86–89.
4. Шмитт, Б. Эмпирический маркетинг. Как заставить клиента чувствовать, думать, действовать, а также соотносить себя с вашей компанией / Бернд Шмитт; пер. с англ. К. Ткаченко. — Москва : Гранд: Фаир-Пресс, 2001. — 388 с.

ПРОДВИЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Е. И. Першина, *обучающийся*, А. Г. Степанова, *старший преподаватель*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
pershina.elizaveta2017@yandex.ru

В данной работе рассматриваются ключевые аспекты специфики продвижения предприятия производственного назначения в современных условиях. Цель работы — определить значение современных способов и технологий продвижения предприятия производственного назначения.

Ключевые слова: продвижение, маркетинговые коммуникации, реклама, средства рекламы, digital-маркетинг, производство.

Актуальность научно-исследовательского проекта заключается в использовании инновационных технологий в продвижении для производственного предприятия. В данном исследовании акценты сконцентрированы на интернет-маркетинге. На сегодняшний день интернет является неотъемлемой частью жизни, поэтому важно уже сегодня начинать осваивать digital-среду, поскольку подрастает поколение, для которого интернет является основным источником получения информации.

Российскому бизнесу также необходимо меняться и реагировать на преобразования. Предпринимателям нужно сфокусировать внимание на интернет-маркетинге, поскольку, во-первых, данное направление в продвижение актуально и с каждым годом будет только набирать обороты, а во-вторых, именно сфера digital является самой выгодной во время кризиса при условии правильного использования ее возможностей, в том числе при выходе на новые рынки.

Digital-маркетинг имеет множество достоинств. Он дает рекламодателю максимально эффективную отдачу, возможность анализа аудитории и ее статистику, предлагает множество форматов для создания уникальной рекламы, а также возможность ее редактирования. Но добиться этого можно лишь с помощью грамотного владения предложенными инструментами или при сотрудничестве с профессионалами данной сферы деятельности, что, в свою очередь, является основной проблемой интернет-маркетинга в России. Сегодня на digital-рынке наблюдается острая нехватка специалистов, таких как веб-аналитики, стратеги, интернет-маркетологи. Именно поэтому будущее за теми предприятиями, которые способны нарастить или масштабировать необходимую экспертизу быстрее и эффективнее, чем их конкуренты [1].

Для производственной сферы переход на новый формат еще более сложен, так как масштаб деятельности, отработанные схемы и многолетний опыт тормозят внедрение инноваций в продвижение. Объектом наблюдения в исследовании являлось производственное предприятие ООО «Сибирский пух» Доволенского района Новосибирской области. Решения для предприятия предлагались на

основе четкой цели: разработать программу продвижения производства с использованием интернет-ресурсов. На основе данной цели был разработан план будущего исследования, включающий следующие этапы:

- проведение маркетингового исследования потребителей и рынка, на основе которого сделано позиционирование продукта, с разработкой основных элементов, таких как логотип, уникальное торговое предложение, создание лендинг-страницы, проведение SEO-оптимизации, подключение аналитики сайта с помощью Яндекс.Метрики;

- создание сообщества в социальной сети ВКонтакте, настройка и прогноз таргетированной рекламы, разработка чат-бота, создание стикеров, разработка приложения;

- проведение рекламной кампании с размещением на радио, в группах социальных сетей и на городских порталах в сети Интернет.

Методами исследования в данной работе являются анализ конкурентов и целевой аудитории, SWOT-анализ (таблица).

Анализ конкурентной среды ООО «Сибирский пух» [2–5]

Параметр	Название предприятия			
	ООО «Сибирский пух»	«Щигровская перо-пуховая фабрика»	«Arcticman»	ООО «Текстильный край»
Продукция	Пух/перо	Подушки, одеяла, матрасники, постельное белье	Пуховая одежда, обувь, подушки, одеяла	Пуховые наполнители/пакеты для производства мебели, одежды
Качество	Имеются сертификаты качества	Есть своя лаборатория качества	Отсутствие информации	ГОСТ и собственная лаборатория качества
Масштаб	Производство по Новосибирской обл.	Развиваются не только по всей России, но и в странах СНГ, Китая. Сбыт через маркетплейсы. Производят не только пух, но и одеяла, подушки и т. д.	Работают по всей России, производят пуховики	Работают по России, открыты к сотрудничеству
Наличие сайта	Есть сайт. Текст написан с ошибками, неудобная навигация. Текст на обложке на фоне картинки (не виден). Фото сертификатов плохого качества. Контакты — только телефон	Есть сайт, удобная навигация, обновлен. Указаны контакты	Есть сайт, удобная навигация, обновлен, есть корзина, график работы, цены, ссылка на соцсети, указаны контакты	Есть сайт, обновлен. Удобная навигация, ссылка на контакты, есть форма для заполнения юри. Адаптирован, медийные вставки (видео о фабрике)

Параметр	Название предприятия			
	ООО «Сибирский пух»	«Цигровская перо-пуховая фабрика»	«Arcticman»	ООО «Текстильный край»
Наличие соцсетей	Отсутствуют	Отсутствуют	Есть магазин с ценами в описании, но отсутствует утп, не ведется с 2018 г., однообразный контент	Отсутствуют
SEO-реклама	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует
Партнерство	Отсутствует	Сотрудничают с организациями и поставляют свою продукцию	Отсутствует	Есть
Отзывы	Отсутствует	4,7	5	Отсутствует

На основе анализа деятельности предприятия были сделаны выводы, которые были учтены в разработках по продвижению и даны рекомендации по совершенствованию инструментов маркетинговых коммуникаций в сети Интернет для предприятия производственного назначения.

Все разработки, предлагаемые производственному предприятию ООО «Сибирский пух», имеют практический характер и будут внедрены в ближайшее время. Таким образом, можно сделать вывод, что в ходе исследования была достигнута цель и получен задел для дальнейшей работы по данному объекту наблюдения.

Список литературы

1. Кувичко, А. А. Интернет-маркетинг в России: актуальность, виды и проблемы / А. А. Кувичко // Евразийский научный журнал. — 2017. — № 6. — С. 126–127.
2. Официальный сайт ООО «Сибирский пух» [Электронный ресурс]. — URL: <https://sibpuh.ru/> (дата обращения: 15.01.2024).
3. Официальный сайт ООО «Текстильный край» [Электронный ресурс]. — URL: <https://faumfabrik.ru/> (дата обращения: 17.01.2024).
4. Официальный сайт «Цигровская перо-пуховая фабрика» [Электронный ресурс]. — URL: <https://belashoff.eu/ru.html#intro> (дата обращения: 17.01.2024).
5. Официальный сайт «Arcticman» [Электронный ресурс]. — URL: <https://arctic-man.ru/> (дата обращения: 17.01.2024).

ТОВАРОВЕДНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИЗДЕЛИЙ БЫСТРОГО ПРИГОТОВЛЕНИЯ

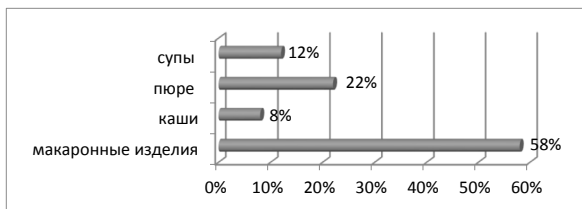
Е. А. Ранга, *обучающийся*, З. Р. Сайфулина, *канд. техн. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
expertis@sibupk.nsk.su

В данной статье представлена товароведная характеристика изделий быстрого приготовления разных торговых марок с идентичными вкусовыми добавками. Цель исследования — дать товароведную характеристику, установить соответствие требованиям нормативных документов на опытные образцы продукции, представленные на потребительском рынке г. Новосибирска.

Ключевые слова: изделия быстрого приготовления, товароведная характеристика, ассортимент, требования, нормативные документы.

Макаронные изделия считаются наиболее востребованными в качестве продуктов, не требующих особых затрат и усилий при их приготовлении. К тому же ассортимент и выбор довольно широкий благодаря присутствию на рынке разных производителей и торговых марок, а выбор обеспечен благодаря использованию широкого спектра вкусовых наполнителей и соусов, применяемых для изделий быстрого приготовления. Большой спрос в продуктах быстрого приготовления обоснован еще и тем, что блюдо с их применением можно приготовить в любых условиях, без специальной посуды, оборудования, особых затрат, знаний и умений. Популярность продукции быстрого приготовления привела к совершенствованию производственных процессов их изготовления, расширению ассортимента, дизайну и форме упаковки, к освоению различных рецептур для различных вкусовых предпочтений. Такая востребованность продуктов и обусловила актуальность исследования, тем более что у потребителей часто бытует мнение о вреде макаронных изделий быстрого приготовления и отсутствия любой пользы от их применения в рационе питания.

По данным Росстата, треть жителей страны старше 14 лет хотя бы раз в месяц включают в свой рацион сухие концентрированные продукты быстрого приготовления: каши, картофельное пюре или завариваемые макаронные изделия. Из всех перечисленных концентрированных продуктов, не требующих варки, больше всего востребована именно лапша быстрого приготовления (рисунок) [1].



Структура групп продукции быстрого приготовления

Лидером по потреблению изделий быстрого приготовления является Китай, что обусловлено числом жителей в стране. Первые сведения об изделиях быстрого приготовления появились в Китае, а первая китайская лапша *e-фу*, была изготовлена еще в XVI веке. В то время использовали лапшу, предварительно сильно обжарив, перед употреблением ее разогревали в горячем бульоне с добавлением разных вкусовых добавок. Но изобретателем считают японца тайваньского происхождения Момофуку Андо, основателя компании *Nissin Food Products Co., Ltd.* в 1958 году [2].

В настоящее время производством аналоговой продукции занимается огромное множество крупных компаний, список представлен в таблице [3].

Перечень производителей

Производитель	Торговые марки	Сторонние дистрибьюторы и дилеры
Маревен Фуд Сэнтрал	«Роллтон», «BigBon», «Rolben», «RolRol», «Петра»	«Форт Трейд Фуд» (Москва), «УНИ-ПАК» (Москва), «Елисей» (Алтайский край), ТД «Фестиваль» (Алтайский край), «БМ и К» (Екатеринбург), группа компаний «Петробалт» (Санкт-Петербург)
Korea Yakult Co. Ltd.	«Доширак», «Квисти», «Алое Гранат», «Fruit», «Santa-fe»	«Форт Трейд Фуд» (Москва), «Вкусные продукты» (Москва), «УНИ-ПАК» (Москва), «Фестиваль» (Алтайский край), «Бренд-Сервис» (Пермь), «Петробалт» (Санкт-Петербург)
Кухня без границ	«Биг Ланч», «Горячий полдень», «Александра и Софья», «Вот это да!», «MIVIMEX»	«Вкусные продукты» (Москва), «Северная Продуктовая Компания» (Москва), «Бренд-Сервис» (Пермь), ТК «Смайли» (Екатеринбург), группа компаний «Петробалт» (Санкт-Петербург)
Кинг Лион	«Бизнес Меню», «Бизнес Ланч», «Умный Обед», «Кинг Лион»	«Северная Продуктовая Компания» (Москва), ТК «Карамель Трейдинг» (Москва), «Форт Трейд Фуд» (Москва), «Фестиваль» (Алтайский край), «БМ и К» (Екатеринбург), «Бренд-Сервис» (Пермь)

Согласно терминологии, приведенной в нормативном документе, действующем на территории РФ, «макаронные изделия быстрого приготовления: макаронные изделия, изготовленные из пшеничной муки и воды с использованием дополнительного сырья и высушенные в масле» [4].

Цель товароведного исследования — дать товароведную оценку опытных образцов, отобранных в результате случайной выборки, продуктов, не требующих варки, разных изготовителей и торговых марок. При оценке образцов проводился анализ полноты маркировки, оценка по органолептическим и физико-химическим показателям.

Для данного исследования отобраны методом случайной выборки образцы изделий быстрого приготовления с одинаковыми вкусовыми добавками в виде соусов и набора сухих приправ, торговых марок «Роллтон», «Биг Бон», «Биг Ланч», «Моя цена», «Доширак».

При проведении органолептической оценки качества опытных образцов продукта оценили вначале внешний вид в сухом виде до заваривания после извлечения из упаковки. Данные показали, что изделия сформованы в виде длинных нитей и спрессованы в брикеты для удобства их упаковывания.

Количество крошки во всех образцах содержалось в незначительном количестве.

При подготовке образцов для оценивания вкусовых характеристик изделия заливали горячей водой температурой 95 °С в течение пяти минут, как было заявлено на потребительской упаковке. После заваривания, согласно требованиям нормативного документа, изделия дополнительно выдерживали в течение пятнадцати минут и оценивали сохранность формы. Все образцы после приготовления сохранили форму в виде спрессованного гофрированного брикета, не разварились и не скомкались. При разрезании изделия отметили, что испытуемые образцы изделий торговых марок «Доширак», «Big Von», «Биг Ланч», «Роллтон» имеют упругую, плотную консистенцию, а образец изделия торговой марки «Моя цена» имеет мягкую, хорошо податливую разрезанию, слегка разваренную консистенцию.

При оценивании вкуса и запаха выявили, что образец торговой марки «Биг Ланч» имеет приятный вкус и запах с хорошо выраженным ароматом вкусовой добавки, без постороннего вкуса и запаха. Образцы торговых марок «Доширак», «Big Von», «Роллтон» имеют менее выраженный вкус и запах вкусовой добавки, отсутствуют посторонние несвойственные тона.

Результаты физико-химических испытаний показали:

- кислотность в образцах в пределах 1,4–2,1, что не превышает 4 град.;
- определение влажности изделий в сухом виде: от 1,5 до 2,4 %, что соответствует требованиям (не более 5 %);
- время приготовления: все образцы дошли готовности в пределах 4,75–4,9 мин, и не превышают заявленное на упаковке время.

При оценке полноты маркировки потребительской упаковки выявили, что информация представлена полная, нанесена легко читаемым шрифтом и соответствует всем требованиям нормативного документа [5].

Список литературы

1. Исследование российского рынка продуктов быстрого приготовления. — URL: <https://dimonj.livejournal.com> (дата обращения: 19.02.2024).
2. Лапша быстрого приготовления: статистика. — URL: <https://journal.tinkoff.ru/doshik/> (дата обращения: 17.02.2024).
3. Современное состояние рынка макаронных изделий. — URL: <https://cyberleninka.ru> (дата обращения: 09.02.2024).
4. ГОСТ 31749–2012. Изделия макаронные быстрого приготовления. Общие технические условия. Дата введения 2013-07-01.
5. ТР ТС 022/2011. Пищевая продукция в части ее маркировки.

БИЗНЕС-МОДЕЛИ В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Д. К. Слепченко, Я. В. Кинсфард

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
kinsvater_yana@mail.ru

Глобальные события, экологическая повестка, потребительское поведение — все эти тренды заставляют компании перестраивать свои бизнес-модели. В данной статье исследованы новые бизнес-модели, которые способствуют переосмыслению потребительского поведения. Цель статьи — описать новые бизнес-модели и дать им характеристику.

Ключевые слова: социальная экономика, дивидендная модель, подписная модель, су-перраппы, нишевые площадки.

Тренд на устойчивость и вынужденную потребительскую осознанность в 2023 году можно назвать переломным, поскольку меняется подход к формированию бизнес-моделей. Если раньше они создавались путем объединения нескольких уже существующих, то сегодня мы наблюдаем появление принципиально новых форматов. Происходит это потому, что компании отлично понимают события мирового масштаба: геополитический, экологический, экономический и социальный контексты влияют на бизнес, и игнорировать это влияние нельзя. Приходится перестраивать бизнес-модели в сторону устойчивости с учетом глобальных изменений. *Под устойчивым бизнесом* понимается стабильно растущая экономика без ущерба для окружающего мира.

За последние пять лет распространился метод ESG, который в российских реалиях вообще не работает. Всего два года назад были опубликованы статьи о важности «зеленых» практик в бизнесе. Сейчас мы наблюдаем тенденцию к борьбе с гринвошингом: люди начали понимать, что одни и те же корпоративные объявления зачастую являются рекламой, которая фактически никак не отражается на их работе. Компании, уличенные в таком поведении, начинают игнорировать. Они вводят в заблуждение, и люди перестают у них покупать. Люди готовы платить за экологичность бренда, но все больше потребителей открыто критикуют компании, не отвечающие этому требованию [1].

В условиях новой экономики сложно и дорого вести устойчивую деятельность. Интересны бизнес-модели, ориентированные на многие рынки: платежеспособная стоимость снижается под влиянием экономической нестабильности. Поколение Z одержимо природой; не все готовы платить больше за окружающую среду. Это может быть связано со снижением доходов или с желанием покупать меньше, чтобы не наносить вред окружающей среде, меняя тем самым бизнес-модель.

Новая тенденция — «бренд как хранитель ценностей». Это шире, чем просто забота об окружающей среде. Следовательно, бизнес не может как раньше продавать устройство, которое будет исправно работать полгода, а потом

компания работает на сервисе. Поскольку потребитель теперь будет ограничен и осведомлен, будут созданы новые бизнес-модели с точки зрения качества, где продукты продаются меньше, но дороже, срок службы товара дольше.

Социальная экономика: офлайн или онлайн? Вопрос, волнующий людей после пандемии. Если бы два года назад кто-то сказал, что офлайн-каналы могут «исчезнуть» полностью (опять же, действительно, многие торговые центры были закрыты), и даже сегодня мы все еще замечаем появление новых офлайн-пространств. Подобные платформы помогают нам быть счастливыми и получать новые положительные эмоции. Например, наблюдается тенденция к тактильным зонам, где можно прикоснуться к стенам из интересных материалов и общаться с поверхностями. Это позволяет взглянуть на окружающую среду по-другому.

Дивидендная модель: ранее была распространена модель экзита, когда планировался быстрый рост бизнеса в первые три года путем привлечения широкой линейки VIP-клиентов. Бизнес-модель меняется: венчурные инвесторы стали довольно аккуратными, потому что мир бизнеса стал нестабилен [2].

Подписная модель: по подписке сейчас возможно смотреть фильмы, приобретать продукты, одежду и даже арендовать жилплощадь с машиной. По сути, можно иметь минимальным багаж, а остальное брать по подписной модели продаж. Сейчас на пути подписной бизнес-модели возникли мощные барьеры из-за санкций. Подпиской пользуется молодое поколение. Например, обучающие курсы часто устроены так, что пользователь получает информацию бесплатно, а платит для получения обратной связи. Следовательно, он бесплатно посмотрит лекции, а за оплату специалист смотрит его домашнее задание, прорабатывает с ним ошибки и общается с ним вживую. В итоге клиент платит лишь за свое реальное обучение. Российский бизнес уже почувствовал на себе убытки от запрета Facebook и Instagram. В 2022 году Microsoft запустила в поисковой системе чат-бота с искусственным интеллектом на основе ChatGPT, который уже встроен там для рекламы. Чат-бот задает клиентам вопросы по интересующей теме и дает рекомендации.

Супераппы и нишевые площадки: трендом 2023 года стали супераппы и интеграция небольших приложений в единую экосистему. Такие платформы фактически обеспечивают решение сразу нескольких проблем. Но люди устают от такого большого количества информации, им становится сложно что-то выбирать, сортировать и искать, например, на аналогичных сайтах рынка. Поэтому в последние несколько лет на вершину поднимаются нишевые рынки: например, только товары для домашних животных, только услуги для B2B-поставщиков, только продажа часов. Продавцы готовы искать товар на нишевых рынках, в которых имеется необходимость. Эта тенденция становится явной угрозой для крупных бизнес-платформ, которые не могут обеспечить индивидуальный подход к потребителю-клиенту [3].

На начало 2024 года можно выделить ТОП-2 супераппных бизнес-площадок для потребителей в России, к которым относятся:

1) Wildberries. На сайте представлена продукция более 28 тыс. брендов; в день размещается более миллиона заказов; ежедневная аудитория превышает

6 млн посетителей. Для приема заказов работает более 7 тыс. точек по России и странам СНГ. Оборот от продаж товаров и услуг (GMV) Wildberries в первом полугодии 2023 г. увеличился на 94 % до 1,22 трлн руб., говорится в отчетности онлайн-ритейлера. Во II квартале 2023 г. оборот компании достиг 644,17 млрд руб. (+89 % год к году). Общее число заказов в первом полугодии 2023 г. превысило 1,3 млрд (+119 % год к году).

2) Ozon. Преимущества: популярность, универсальность, разнообразие сотрудничества. На торговой площадке 12 тыс. пунктов самовывоза заказов. Эта вторая категория ведущих рынков России предлагает услуги по анализу интернет-магазинов и составлению отчетов об объемах продаж, мероприятия по обучению партнеров (в том числе по сбору средств) и экономичные способы рекламы товаров на платформе. Валовая прибыль (GMV) с учетом услуг за второй квартал 2023 года выросла до 373 млрд руб. (118 % к уровню прошлого года) за счет быстрого роста объемов заказов и лояльной клиентской базы. Продажи ритейлеров росли еще быстрее: они показали рост примерно в 2,4 раза за год, а их доля рынка достигла 82,6 % (рост на 6,5 %).

Таким образом, при выборе бизнес-модели, актуальными факторами (трендами) на данный момент будут: оптимизация производительности, инновационное использование генерирующего искусственного интеллекта, инвестиции в решения для обработки данных и безопасность, глубоко персонализированный опыт работы с клиентами, автоматизация. К концу 2023 — началу 2024 года внедрение искусственного интеллекта приобрело большое значение, его использование в различных сферах жизни полностью меняет ход общения с клиентами.

Список литературы

1. Егоршин А. П. Эффективный маркетинг организации. — Нижний Новгород : НИЭМ, 2020. — 302 с.
2. Скобелев К. С. // Таргетированная реклама в социальной сети «ВКонтакте» // Молодой ученый. — 2016. — № 19 (123). — С. 521–523. — URL: <https://moluch.ru/archive/123/33881/> (дата обращения: 16.02.2024).
3. «E-Promo» // Таргетированная реклама в соцсетях [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.e-promo.ru/upload/rai/research-2019.pdf> (дата обращения: 16.02.2024).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОДКАСТОВ КАК ИНСТРУМЕНТА PR И РЕКЛАМЫ ДЛЯ ЗВУКОЗАПИСЫВАЮЩИХ СТУДИЙ

К. А. Телепина, *обучающийся*, А. И. Чишевич, *старший преподаватель*
Мариупольский государственный университет им. А. И. Куинджи
(МГУ им. А. И. Куинджи), г. Мариуполь, Россия
karinateleпина2001@gmail.com

Современные звукозаписывающие студии сталкиваются с необходимостью применения инновационных подходов в продвижении своих услуг на рынке. В данной статье исследуется потенциал подкастов как эффективного инструмента для привлечения внимания и рекламы. Это исследование выявляет успешные стратегии, которые помогают привлечь и расширить целевую аудиторию.

Ключевые слова: PR-инструменты, анализ эффективности, аудиоконтент, маркетинг звукозаписывающей студии, подкастинг, производство подкаста, стратегии продвижения.

В контексте непрерывно трансформирующегося медиапространства подкасты выявились как динамично растущий медиафеномен, преобразовывающий подходы к распространению контента и взаимодействию с аудиторией. Эта тенденция особенно заметна в последние годы, когда число слушателей подкастов постоянно увеличивается, что делает данный формат важным инструментом в контексте PR и рекламы.

Способность подкастов формировать глубокую лояльность среди своей аудитории — не менее важный аспект их привлекательности как инструмента маркетинга. Более тесное и персональное взаимодействие создателя контента и слушателя способствует возникновению сильной эмоциональной связи, что является фундаментом для развития приверженности к продукту.

Тем не менее в сфере PR и рекламы звукозаписывающих студий подкасты еще не получили широкого распространения, и их потенциал часто остается недооцененным. Недостаток внимания может быть связан с неопределенностью в отношении возможностей монетизации контента, что является значительным препятствием для звукозаписывающих компаний. Однако разработка эффективных моделей монетизации через подкасты может открыть новые горизонты для заработка и продвижения контента.

Таким образом, актуальность исследования использования подкастов как инструмента PR и рекламы для звукозаписывающих студий обусловлена их восходящей популярностью, возможностью создания лояльности аудитории, отсутствием насыщения рынка и широкими перспективами монетизации. Следовательно, детальное рассмотрение данного явления может привести как к экономической выгоде для звукозаписывающей индустрии, так и к обогащению академического исследования в области рекламы и PR [1].

В рамках данного исследования задачей ставится обстоятельное изучение подкастов как перспективного инструмента PR и рекламы звукозаписывающих студий. Основная цель исследования заключается в аналитическом осмыслении роли подкастов в стратегической коммуникации.

Подкасты, будучи своего рода радио нового поколения, обладают уникальными возможностями для создания глубокой связи с аудиторией. В мире, где царит контент и борьба за внимание аудитории становится всё более острой, звукозаписывающие студии могут использовать подкасты в качестве мощного инструмента для маркетинга своих услуг.

Анализ потребления подкастов показывает, что этот формат имеет растущую аудиторию, которая ценит глубину и качество контента. Подкасты создают платформу для рассказа историй, обсуждения технических аспектов музыкальной индустрии, обмена опытом между музыкантами и инженерами, что делает их идеальной средой для звукозаписывающих студий, стремящихся установить связь с аудиторией.

Примеры успешных подкастов, созданных студиями, многочисленны. Одни используют подкасты для демонстрации мастерства своих продюсеров и звукоинженеров, делая акцент на образовательный контент. Такие подкасты выступают в роли мастер-классов или интервью с профессионалами, что утверждает экспертный статус студии в глазах потенциальных клиентов. Другие студии используют подкасты для представления продюсируемой ими музыки, выпуска серии с эксклюзивными треками, интервью с артистами, обсуждением последних трендов и инноваций в индустрии.

Звукозаписывающие студии, применяющие подкасты в своих маркетинговых стратегиях, открывают перед собой новые возможности для взаимодействия с целевой аудиторией, повышения узнаваемости бренда и, конечно, продвижения своих услуг. Подкасты позволяют студиям не просто рассказать о себе, но и показать свою уникальную культуру, профессионализм и уникальность подхода к созданию музыки.

Создание подкаста для звукозаписывающей студии является стратегическим процессом, требующим тщательной подготовки и понимания целевой аудитории. Чтобы позиционирование подкаста было успешным, важно сфокусироваться на планировании и разработке уникальной концепции, которая отражает ценности и специализацию студии. Ключевой задачей является определение целей подкаста и его целевой аудитории. Нужно обозначить, хочет ли студия укрепить свою экспертность в определенной нише, привлечь новых клиентов или углубить отношения с текущими. Важно сформулировать уникальное торговое предложение подкаста и его основное сообщение. Тематика должна быть актуальной для целевой аудитории и одновременно отражать специализацию студии. Ведущие подкаста должны быть харизматичными и компетентными в теме, чтобы создать привлекательный образ и обеспечить узнаваемость бренда. Их стиль подачи должен гармонировать с тоном и имиджем студии. Этот подход не только привлекает внимание к подкасту, но и усиливает связь слушателей с брендом студии. Создание качественного подкаста неизбежно приводит к укреплению ее репутации в мире аудиопроизводства [2].

Исследование данной темы имеет важное практическое значение.

Прямое взаимодействие с аудиторией. Подкасты позволяют создать диалог между студией и их потенциальными клиентами, устанавливая более тесную связь.

Маркетинг низкой стоимости. По сравнению с другими рекламными каналами подкасты являются относительно дешевым способом достижения целевой аудитории.

Целевая реклама. Подкасты позволяют точно нацеливаться на определенные ниши слушателей, что повышает эффективность рекламных кампаний.

Мультиплатформенность. Подкасты легко интегрировать с другими платформами и социальными сетями, увеличивая охват.

Обратная связь и развитие сообществ. Подкасты стимулируют активное участие аудитории, что может способствовать созданию преданных сообществ вокруг бренда.

Кросс-медийное промо. Подкасты можно интегрировать в более широкую кросс-медийную стратегию, сочетая их с видео, текстовыми статьями и онлайн-мероприятиями [3].

Изучение практических примеров является неотъемлемой частью анализа эффективности подкастов как средства PR и рекламы для звукозаписывающих студий. В этом разделе рассматриваются конкретные кейс-стади, которые демонстрируют влияние подкастинга на рыночное положение и узнаваемость бренда студий.

Приведем пример: подкаст, созданный звукозаписывающей студией «Звукозавр», смог привлечь широкую аудиторию благодаря интересным интервью с известными медийностями и обсуждению важных для общества тем. Общий тон подкаста был неформальным и увлекательным, что позволило слушателям почувствовать себя частью музыкальной индустрии. Студия умело использовала социальные сети для продвижения эпизодов, что привело к увеличению числа подписчиков на стриминговых платформах и усилению маркетингового эффекта. Одновременно студия «Голос Медиа» запустила подкаст по очень узкой нише без предварительного изучения интересов целевой аудитории. Были вложены инвестиции в оборудование и маркетинг, однако не было достигнуто ожидаемого резонанса из-за отсутствия соответствующей стратегии привлечения аудитории и продвижения контента.

Данные примеры подчеркивают важность всестороннего подхода к созданию подкастов, включающего анализ интересов аудитории, профессиональное производство контента и эффективное использование маркетинговых каналов. Также выявляется важность регулярной оценки результатов и готовности быстро корректировать стратегию в случае неудачи. Изучение реальных примеров является инструментом обучения и наставления для звукозаписывающих студий, которые стремятся максимизировать эффект от использования подкастов в своих PR и рекламных стратегиях.

Исследование применения подкастов в стратегиях PR и рекламы звукозаписывающими студиями выявило критическую роль этого формата аудиоконтента в современном медиaprостранстве. Подкасты благодаря своей доступности и удобству стали мощным инструментом для привлечения аудитории и укрепления бренда студии.

Стратегическое планирование, креативный подход к созданию контента и качество звукозаписи являются основными факторами успеха подкастов.

Глядя в будущее, можно с уверенностью сказать, что подкасты продолжают укреплять свои позиции в маркетинговых и PR-стратегиях звукозаписывающих студий. Внимание к деталям, инновационные подходы к созданию контента и привлечение известных личностей и брендов могут усилить эффективность подкастов в качестве средства достижения бизнес-целей. Постоянное развитие технологий и аналитических инструментов приведет к появлению новых платформ для распространения и методов монетизации подкастов, что откроет дополнительные возможности для роста и развития звукозаписывающих студий в цифровую эпоху.

Список литературы

1. Саганович Д. О., Коршик Т. Ч. Подкасты как новый канал маркетинговых коммуникаций. — Минск : БГЭУ, 2019.
2. Гагарина, А. Подкастинг сегодня и завтра / А. Гагарина. — URL: <https://tvkinoradio.ru/article/article9964-podkasting-segodnya-i-zavtra> (дата обращения: 10.02.2024).
3. Гончаров Г. П. Подкасты: новый тип интернет-коммуникации // Социологические чтения: социальные тренды современности. — Новосибирск : Изд-во «НИНХ», 2020. — С. 96–99.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА НАТУРАЛЬНЫХ КОНСЕРВОВ ИЗ САЙРЫ

И. Н. Шикарев, *обучающийся*, Е. Н. Степанова, *канд. техн. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
enstepanova@yandex.ru

В данной работе приводится сравнительный анализ пяти марок консервов из сайры по маркировке и органолептическим показателям. Установлен вид, предпочтительный для потребителя.

Ключевые слова: пищевая ценность, балльная оценка, калорийность.

Из данных ТР ТС 040/2016 «О безопасности рыбы и рыбной продукции» следует, что «натуральные рыбные консервы — пищевая рыбная продукция, изготовленная из рыбы, водных беспозвоночных, водных млекопитающих и других водных животных, а также водорослей и других водных растений, с добавлением или без добавления к основным компонентам пряностей, в герметично укупоренной упаковке, без предварительной тепловой обработки компонентов, подвергнутая стерилизации» [2].

Рынок рыбных консервов многообразен и в сегменте цены, и в пищевой ценности [1]. Важны основные критерии покупки — это их качество и безопасность.

Рыбные консервы являются востребованным и доступным товаром, готовым к употреблению в пищу. Считается, что по вкусовым и питательным свойствам рыбные консервы значительно отличаются от исходного сырья. Вырабатываются консервы из большого перечня представителей разных семейств рыб, имеют высокую пищевую и биологическую ценность, обладают высокими показателями энергетической ценности. Главное — по этим показателям рыбные консервы превосходят даже мясо теплокровных животных. В частности, это относится к полноценным белкам, которые содержат все незаменимые аминокислоты, включая лизин и лейцин.

Немаловажное значение имеют и важнейшие для человека жирные кислоты, такие как эйкозапентаеновая и докозагексаеновая, имеются жирорастворимые витамины и большой перечень микро- и макроэлементов. Причем все элементы находятся в оптимальном для организма человека соотношении. Известно, что «по интегральному скору рыба удовлетворяет суточную потребность человека в животных белках на 7–24 %, в жирах — на 0,1–12 %, в том числе в полиненасыщенных жирных кислотах — на 0,1–18 %. Белки рыбных консервов усваиваются организмом человека на 85–90 %, а жиры — на 84–96 %» [5].

Особенность использования рыбных консервов — многообразие их применения: непосредственно в пищу, в виде салатов, для приготовления первых и вторых блюд. Применяют и в качестве начинок для пирогов. Имеются консервы для диетического питания и для детей.

Для оценки качества были использованы консервы из сайры разных производителей. Как оказалось, все консервы были изготовлены из замороженного сырья. Маркировка проверялась по ТР ТС 022/2011 [3].

Из данных табл.1 следует, что по показателям пищевой ценности анализируемые образцы отличаются по количеству белков и значительно — по содержанию жира.

Таблица 1

Сравнительная характеристика консервов натуральных из сайры

Показатель маркировки	Изготовитель				
	ООО «Балт-Фиш плюс», Псковская обл.	АО «Южмор-рыбфлот», Приморский край	ОАО «Мамоновский рыбоконсервный комбинат, Калининградская обл.	ООО «Стеклянный мир», Калининградская обл.	ООО «Русский рыбный мир», Москва, Щаповское поселение, п. Курилово
Торговая марка	«Тунцов»	«Доброфлот»	«5 морей»	«Ультрамарин»	«Вкусные консервы»
Условия хранения	При t от 0 °С до +25 °С и относительной влажности воздуха не более 75 %	При t от -5 °С до +25 °С и относительной влажности воздуха не более 75 %	При t от 0 °С до +20 °С и относительной влажности воздуха не более 75 %	При t от 0 °С до +20 °С и относительной влажности воздуха не более 75 %	При t от 0 °С до +20 °С и относительной влажности воздуха не более 75 %
Пищевая ценность: — белки, г — жиры, г	14 9	17 12	18 24	18 21	18 22
Энергетическая ценность, Ккал	140	176	261	261	270
Фото					

Так, в консервах ООО «Балт-Фиш плюс», Псковская обл., указано всего 9 г жира в 100 г продукта и энергетическая ценность 140 Ккал.

Примерно такие же показатели у консервов изготовителя АО «Южмор-рыбфлот», Приморский край. Наибольшие показатели пищевой ценности у образцов производителей ООО «Стеклянный мир», Калининградская обл., и ООО «Русский мир», Москва, Щаповское поселение. В этих консервах из

сайры количество жиров в 100 г продукта соответственно 21 и 22 г. Энергетическая ценность — 261 и 270 Ккал.

Оценка качества анализируемых образцов по органолептическим показателям показала, что все образцы соответствуют требованиям ГОСТ7452–2014 [4] за исключением ТМ «Доброфлот», у которого были отмечены неравномерно нарезанные куски рыбы.

По результатам органолептической экспертизы выявлено, что лучшие показатели у образца ТМ «Тунцов» (производитель — ООО «Балт-Фиш плюс»), что свидетельствует о его лучшем качестве, высоких вкусовых свойствах. Худшие показатели у образца ТМ «Доброфлот». Возможно, при приготовлении данного образца была нарушена технология производства или продукт хранился в ненадлежащих условиях: цвет и консистенция рыбы, вкус и запах уступают другим образцам, хотя все в пределах требований ГОСТа (табл. 2).

Таблица 2

**Оценка органолептических образцов рыбных консервов
«Сайра тихоокеанская натуральная», баллы**

Торговая марка	Вид (max 3)	Цвет (max 2)	Вкус (max 8)	Запах (max 8)	Консистенция (max 4)	Итого (max 25)
«Тунцов»	3	2	7	8	4	24
«Доброфлот»	2	2	5	6	4	19
«5 Морей»	2	2	5	7	4	20
«Ультрамарин»	3	2	5	8	3	21
«Вкусные консервы»	2	2	5	8	4	21

По результатам балльной оценки следует, что наивысшая оценка у консервов ТМ «Тунцов» — 24 балла, что подтверждает и органолептическая оценка по ГОСТу. Наименьший балл — у образца ТМ «Доброфлот» — 19 из 25 возможных баллов. Возможно, при приготовлении данного образца была нарушена технология производства или продукт хранился в ненадлежащих условиях (цвет масла, консистенция рыбы, вкус и запах уступают остальным образцам). Следует учесть, что сырье использовалось замороженное. Замечено, что в данном виде консервов указана температура хранения от –5 до +25 °С, что не соответствует требованиям ГОСТа (от 0 до 25 °С).

Таким образом, по результатам оценки качества консервов натуральных из сайры наиболее предпочтительным по потребительским свойствам является образец ТМ «Тунцов». Калорийность данного образца — наименьшая из анализируемых консервов из сайры, что также востребовано в питании людей.

Список литературы

1. Экспресс-обзор рыбопромышленной отрасли по итогам 2020 года // Ву 3DPROINFO. — 2021 (дата обращения: 25.03.2023).
2. О безопасности рыбы и рыбной продукции (ТР ЕАЭС 040/2016) : технический регламент Евразийского экономического союза.
3. Пищевая продукция в части ее маркировки (ТР ТС 022/2011) : технический регламент Евразийского экономического союза.
4. ГОСТ 7452–2014. Консервы из рыбы натуральные. Технические условия. — Москва : Изд-во стандартов, 2014.
5. Камалова, Т. А. Качество и безопасность товаров и услуг // Апробация. — 2019. — № 7. — С. 59–61.

ОЦЕНКА МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ СУПЕРМАРКЕТА SPAR г. НОВОСИБИРСКА

Е. И. Эрмиш, С. С. Овсебян

Научный руководитель: И. А. Шмидт, *старший преподаватель*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
liza.ermish@mail.ru

В данной работе проведена оценка маркетинговой деятельности супермаркетов г. Новосибирска с целью определения их конкурентоспособности. Объектом наблюдения взят супермаркет SPAR.

Ключевые слова: конкурентоспособность, супермаркет, маркетинговая деятельность, конкуренты, потребители, собственная торговая марка, розничные предприятия.

Наличие на рынке разных розничных предприятий порождает в экономике такое явление, как конкуренция. Конкуренция — это процесс управления субъекта своими конкурентными преимуществами для достижения победы или других целей в борьбе с конкурентами, удовлетворения объективных и субъективных потребностей потребителей [1]. С целью определения своих конкурентных преимуществ предприятие в обязательном порядке должно проводить исследование деятельности, в том числе и маркетинговой, а также различный анализ рынка. На основании результатов предпринимаются определенные меры по поддержанию и повышению уровня конкурентоспособности.

Объектом наблюдения выбран супермаркет SPAR по адресу: пл. К. Маркса, 7. Информация была получена с веб-сайта магазина, а также на основе личных наблюдений в магазине. Источниками информации послужили интернет-ресурсы магазинов, личные наблюдения при их посещении. Также был проведен опрос потребителей и экспертов (обучающихся). Оценка выставлялась на основе имеющейся информации и опыта.

По результатам анализа было выяснено, что благодаря широкому ассортименту увеличивается рост потребностей у покупателей; активная реклама ослабляет позиции фирм конкурентов, удачное территориальное расположение магазина позволяет не бояться появления новых конкурентов в зоне деятельности организации. Вследствие широкой известности на рынке у супермаркета могут появиться новые поставщики, что поможет избежать сбоев поставки, но из-за высокого уровня цен реализуемых товаров может уменьшиться привлекательность у покупателей, а конкуренты будут лидировать на рынке.

Для сравнительной оценки маркетинговой деятельности исследуемого предприятия выбраны два супермаркета г. Новосибирска: «Пятерочка» и «Лента», которые находятся по адресам: пл. К. Маркса, 1, пл. К. Маркса, 2 соответственно. Все три предприятия являются локальными конкурентами и обслуживают среднего потребителя: мужчин и женщин, посещающих магазин 3–4 раза

в неделю, в возрасте от 19 до 35 лет, обращающих внимание на качество обслуживания, средний чек за неделю — более 2000 рублей.

В ходе анализа маркетинговой деятельности супермаркетов г. Новосибирска было выявлено, что у каждого розничного предприятия есть собственная торговая марка. Торговая марка «Ленты» — «365 дней» — относится к числу марок со средним качеством и средней ценой [4]. У «Пятерочки» «Красная цена» имеет низкое качество товаров и низкую цену [3]. Торговая марка магазина SPAR имеет высокое качество и доступную цену [2]. Упаковка SPAR привлекательна больше, чем у конкурентов.


Более подробно результаты сравнительного анализа маркетинговой деятельности супермаркетов г. Новосибирска представлены в таблице.

В ходе анализа было выявлено, что по отношению к конкурентам SPAR имеет преимущества в престиже торговой марки, стиле, упаковке. Можно сделать вывод, что предприятие ООО «SPAR» способно конкурировать в нынешних условиях, опираясь на свои конкурентные преимущества, учитывая перспективы и возможности.

Сравнительный анализ маркетинговой деятельности супермаркетов г. Новосибирска

Параметр	Исследуемое предприятие SPAR	Оценка	Конкурент «Пятерочка»	Оценка	Конкурент «Лента»	Оценка
Местонахождение	Пл. К. Маркса, 7	4,5	Пл. К. Маркса, 1	4,5	Пл. К. Маркса, 2	4,1
Собственная торговая марка	SPAR	5	«Красная цена»	3	«365 дней»	4
Упаковка		5		3		4
Соотношение цены и качества собственных торговых марок	Высокое качество, цена выше среднего	4	Низкое качество и низкая цена	3	Среднее качество и средняя цена	4
Доставка	Отсутствует в данном регионе	1	Есть личная доставка, в СберМаркете, Яндекс Еде, Деливери	5	Есть личная доставка, в СберМаркете, Яндекс Еде, Деливери	4

Окончание таблицы

Параметр	Исследуемое предприятие SPAR	Оценка	Конкурент «Пятерочка»	Оценка	Конкурент «Лента»	Оценка
Комплекс продвижения	<p>Карта лояльности</p>  <p>Печатная реклама</p>  <p>Пакеты с логотипом</p> 	5	<p>Печатная реклама</p>  <p>Пакеты с логотипом</p>  <p>Карта лояльности</p>	5	<p>Карта лояльности</p>  <p>Печатная реклама</p>  <p>Пакеты с логотипом</p> 	5
Средняя оценка	4		3,9		4,1	

Список литературы

1. Фатхудинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учебное пособие / Р. А. Фатхудинов. — Москва : Эксмо, 2004.
2. Официальный сайт SPAR [Электронный ресурс]. — URL: — <http://sparsibir.ru> (дата обращения: 04.02.2024).
3. Официальный сайт «Пятерочки» [Электронный ресурс]. — URL: <https://5ka.ru> (дата обращения: 04.02.2024).
4. «Лента» превращает знания о покупателях в лояльность [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.retail.ru/cases/lenta-prevrashchaet-znaniya-o-pokupatelyakh-v-loyalnost/> (дата обращения: 05.02.2024).

УДК 338.41:338.1

ТУРИЗМ 2024: ТРЕНДЫ БУДУЩЕГО

П. И. Антонова, М. Б. Сыздыкбекова

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ksenijasib@mail.ru

В данной работе проведен анализ прогнозных тенденций, ожидающих индустрию туризма в 2024 году. Освещаются ключевые факторы, такие как влияние инновационных технологий, изменение предпочтений потребителей и глобальные изменения, которые будут формировать туристическую отрасль в ближайшие годы. Представляется десять трендов, охватывающих различные аспекты: от внутренних туров и персонализации услуг до экологически чистого туризма. В статье сделаны выводы о возможных последствиях данных трендов и рекомендации для заинтересованных сторон в туристической индустрии. Цель исследования — рассмотреть тренды и разобраться, на какие тенденции стоит обратить внимание профессионалам рынка туризма и гостеприимства.

Ключевые слова: тренд, туризм, инновации, тенденции.

Одна из важных отраслей экономики страны и мира в целом — сфера туризма. Постоянные изменения в стране и мире естественным образом оказывают влияние на формирование тенденций в этой сфере.

В туристической индустрии под воздействием различных факторов происходят: политические, экономические и социальные реформы, инновации в сфере технологий, смена структуры потребительского рынка и предпочтений населения в целом. Правильная оценка возникающих трендов в области туризма позволяет сформировать верную стратегию для развития компании и отрасли в целом.

Анализ прошедшего «туристического» года показал рост в сфере индустрии туризма. Путешественники заждались новых впечатлений и после отмены карантинных ограничений закономерно активизировались. Вполне вероятно, что эта тенденция продолжится и в текущем году. По данным соцопросов, значительная часть населения (до 65 %) одним из основных приоритетов при формировании семейного бюджета определяет расходы на планируемый отдых [2].

Значимость данного исследования заключается в возможности получения полезной информации для компаний, ведущих деятельность в сфере туризма.

Проанализируем 10 трендов туристической индустрии в 2024 году.

1. Эра внутреннего туризма. После пандемии COVID-19 внутренний туризм стал более привлекательным для многих путешественников, поскольку люди предпочитают проводить отпуск внутри своей страны, что даёт большую уверенность в безопасности.

2. Семейные путешествия на авто. Значительная часть населения имеет в собственности автомобильный транспорт и готово использовать его для перемещения к месту проведения отпуска, совмещая поездку с возможностью

экскурсионного посещения достопримечательностей и природных объектов, расположенных на маршруте движения. Росту автотуризма также способствует тенденция по улучшению качества и развитию дорожной сети страны. По программам Минэкономразвития в стратегических планах подъема туризма предусмотрено создание инфраструктуры автомобильного туризма (автостоянки туристического сегмента, развитие кемпингов).

3. Ценность экспертизы турагентов. При необходимости планирования сложных, нестандартных путешествий может возникать спрос на услуги квалифицированной экспертизы турагентов. Объективный, профессиональный анализ информации и рекомендации, которые могут быть получены от экспертов в области туризма помогут потенциальным путешественникам оптимально спланировать будущий отдых и избежать возможных негативных моментов при его проведении. В большей степени данный вид услуг востребован при планировании зарубежных поездок [3].

4. Технологичные аэропорты, железнодорожные вокзалы, морские порты. В настоящее время крупные транспортные узлы авиа, железнодорожного и морского транспорта внедряют современные методы учета, досмотра, размещения пассажиров, иные виды сервиса, что делает для туристов пребывание комфортным и привлекательным.

5. Искусственный интеллект (ИИ). Бурный рост развития ИИ позволяет максимально ускорить и оптимизировать получение информации. Для туриста значительно упрощаются этапы поиска, бронирования, отслеживания. Также ИИ позволяет с высокой скоростью и достоверностью выполнять анализ и маркетинговые исследования в области туризма, что даёт большой положительный эффект в работе туроператоров, что, в свою очередь, в конечном итоге положительно сказывается на востребованности и доступности туристических услуг для населения.

6. «Умные» отели. Развитие технологий позитивно сказывается на улучшении сервиса гостиниц, отелей, баз отдыха. Повсеместно внедряются современные инновации: сервисы управления размещением посетителей, голосовые помощники и «умные» приборы для обслуживания и клининга, множество других программ и устройств.

7. Спрос на велнес. Все более и более распространенным у населения становится понимание необходимости здорового образа жизни. По этой причине набирает популярность тренд на увлечение велнес-туризмом, подразумевающим отдых в экологически благоприятных местах в целях укрепления здоровья и релаксации, а также при обязательном соблюдении правил экологической чистоты самими отдыхающими.

8. Хороший ночной сон. В эпоху стрессов и нестабильности значительная часть туристов предпочитает проводить отпуск в условиях спокойствия и релакса с целью восстановления нервной системы. Полноценный ночной отдых в этом плане становится важным фактором для туристов. Это должно сподвигнуть организации, представляющие услуги по размещению, к созданию максимально комфортных условий для посетителей и предоставлять такие опции, как выбор номеров с разным уровнем освещенности и шумоизоляции,

обязательное наличие систем контроля климата в помещении, выбор постельного белья и принадлежностей в соответствии с предпочтениями клиентов и другие услуги, способствующие максимально качественному и полноценному ночному отдыху.

9. Гастрономия. Еда всегда была и остается важным фактором, влияющим на качество отдыха. Значительная часть путешественников целенаправленно увлекается гастротуризмом: для такой категории туристов стоит рассматривать развитие сети гастрономических маршрутов страны и мира с посещением мероприятий гастрономического характера (выставок, мастер-классов, производств) с дегустацией местных традиционных кухонь.

10. Сегментация турпродукта. Индивидуальные предпочтения туристов в отношении выбора способа проведения отпусков (отдых в одиночку, в компании друзей, семейный или активный отдых, культурно-эстетический отдых, гастротуризм) побуждает туристические компании к дифференцированию стандартных пакетов и к формированию типовых мелкосегментных наборов услуг, отвечающих запросам конкретной категории клиентов. Разрабатываются типовые и уникальные пакеты услуг и развлечений для различных групп и категорий туристов, что должно повышать спрос и заинтересованность потенциальных клиентов компаний [1].

В индустрии туризма происходят значительные перемены в связи с различными событиями и такими факторами, как глобальные политические и экономические изменения в мире и стране, изменения финансового положения населения, появление новых разработок и внедрений в сфере услуг и обмена данными, влияющими на скорость и качество получения информации и в конечном итоге на формирование предпочтений туристов.

Анализ и понимание ключевых трендов в индустрии туризма играют важную роль в формировании будущих стратегий и развития бизнеса. Эти тренды акцентируют важные изменения в потребительском поведении, определяют технологические инновации, оказывают влияние глобальных событий на сферу туризма. Активное реагирование на эти тренды позволит компаниям быть более гибкими и адаптивными, предоставлять персонализированные и инновационные турпродукты и услуги. Фокус на эти девять трендов позволит компаниям оставаться востребованными и успешными в постоянно меняющейся среде индустрии туризма.

Список литературы

1. Белкина С. В. // Культура и цивилизация. — 2021. — № 2 А. — С. 110. — DOI: 34670/AR.2.
2. Рейстерман Т. В. Влияние динамики деятельности туроператоров в условиях пандемии на процесс профессиональной подготовки кадров туризма [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.art-gzhel.ru/>. — С. 110.
3. Что ждёт туризм в 2024 году: 9 трендов будущего [Электронный ресурс]. — URL: <https://b2b.ostrovok.ru/blog/chto-zhdyot-turizm-v-2024/>.

ПОЛИТИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ НА ВЪЕЗДНОЙ И ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Р. Д. Афанасьев, *обучающийся*,
Т. В. Плотникова, *канд. техн. наук, профессор*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
heartless21@mail.ru

В данной статье проведено исследование, которое касается обзора политического влияния на внутренний и въездной туризм, проведена оценка его влияния на различные аспекты, такие как экономический рост, культурный обмен и международное сотрудничество. По результатам исследования определены проблемы, которые вытекают из политического влияния на въездной и внутренний туризм, приведены меры для улучшения существующей ситуации.

Ключевые слова: въездной и внутренний туризм, туристический потенциал, политическое влияние.

На данный момент политическую ситуацию в мире можно назвать достаточно напряженной, поэтому во многих странах наши граждане могут попадать в затруднительные обстоятельства, которые мешают свободе передвижения в полной мере. Начнем с того, что санкции против Российской Федерации оказывают негативное влияние на различные аспекты, такие как экономика страны, промышленность и другие. Но не стоит забывать, что существует и обратное воздействие на негативно настроенные страны, в первую очередь в области финансового благополучия населения и сферы туризма. В качестве примера можно привести страны Европы и другие присоединившиеся государства. Из-за «обратного действия» данные государства понесли большие потери — лишились большого туристического потока из России, крупных инвесторов и сотрудничества, доступной дешевой энергии. Вдобавок увеличились цены, что сильно повлияло на жизнь обычных жителей.

Для Российской Федерации ограничения, связанные с санкциями, положительно повлияли в первую очередь на развитие внутреннего туризма. Данный феномен обусловлен тем, что желания и потребности граждан отдыхать, путешествовать и познавать новое никуда не ушли. Наша страна, обладающая огромной территорией, имеет большое количество природных красот, культурных достопримечательностей и различных этнических особенностей. Формированию устойчивой тенденции по развитию въездного и внутреннего туризма способствуют: обновление законодательства в данной сфере, внедрение различных государственных программ, создание агрегаторов и государственной корпорации «Туризм РФ». Все это особенно актуально в условиях ввода ограничений, таких как ковидные, послековидные, и в период действия санкций против Российской Федерации [3].

За последние годы количество иностранных туристов сократилось (рис. 1).

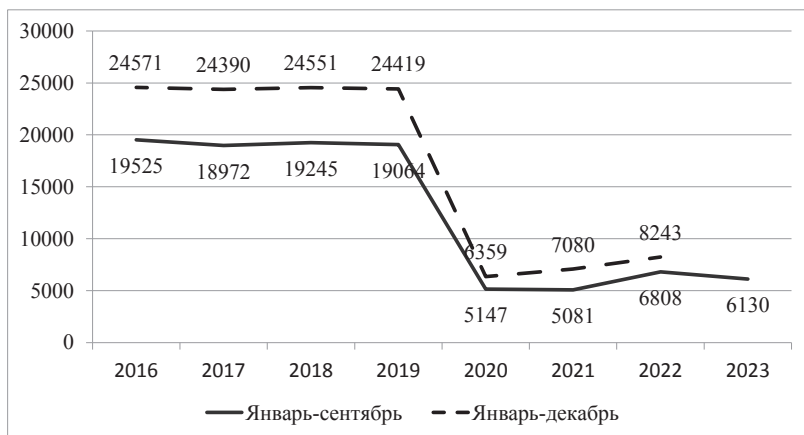


Рис. 1. Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Россию в период 2016–2023 гг. [4]

Исходя из информации государственных и частных источников, можно заключить, что чаще всего в 2023 году Россию посещали жители таких стран, как Китай, Германия, Польша, Киргизия, Турция, Туркмения, Иран, Казахстан, Индия.

Современная отрицательная тенденция въездного туризма в нашу страну из-за политической ситуации повлияла на туризм внутри регионов. Внутренний туризм помогает преодолевать экономические трудности. Данные по внутреннему туристическому потоку в России за первые 9 месяцев 2023 года, взятые из опубликованных Росстатом, показывают, что количество туристов в стране увеличилось на 16,5 % за год, что также отражается на объеме продаж туроператоров.

По информации Росстата, общее количество туристических поездок россиян за 3 квартал 2023 года составило 134 955 161, что на 16,48 % больше, чем за аналогичный период 2022 г. (115 854 093 поездки). Этот значительный рост можно объяснить изменением методики подсчета числа внутренних туристов, включая данные о пребывании в «частном секторе». Независимо от этого, согласно данным Росстата, Центральный федеральный округ занимает 30,1 % от общего числа, Северо-Западный ФО — 20,6 %, Южный ФО — 18,8 %, а Приволжский ФО — 10,3 %. Сибирский ФО занимает 7,5 % от общероссийского туристического потока, Уральский ФО — 5,2 %, а Северо-Кавказский и Дальневосточный ФО — по 3,8 % (рис. 2).

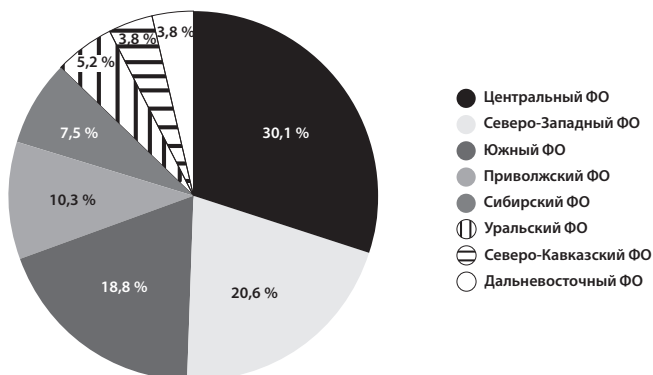


Рис. 2. Внутренний туристический поток по России за 2023 год [4]

Отмечая положительное влияние политики, касающейся внутреннего и въездного туризма, стоит отметить, что данные виды туризма стимулируют рост самозанятости населения. Вдобавок создаются новые рабочие места в удаленных местах страны, соответственно растут возможности населения. Удаленные места особо уязвимы из-за слабой инфраструктуры, скупого природного наследия, низкого уровня социально-экономического и культурного развития. Исследуемые виды туризма дают превосходную возможность узнать свою страну.

Местные власти осознают существующие недостатки своего региона, используют свои преимущества, подкрепляя развитием новых возможностей. Главная цель правительства — улучшение уровня жизни граждан. Политическая ситуация побудила власти увеличить внутренний туристический поток, чтобы было его плавное распределение и прибыль с отдыхающих внутри страны. Активно рекламируются регионы России в фильмах и сериалах, освещаются в СМИ главные достопримечательности городов, знаменитые люди привлекают иностранных граждан в нашу страну. Граждане и все мировое сообщество находят места, о которых даже не знали, и понимают, что наша страна ничем не хуже остальных. Малые города имеют высокий ресурсный потенциал и могут стать достойными аналогами популярных зарубежных направлений. Туризм может и должен стать катализатором экономического развития регионов.

Политические факторы могут влиять на въездной и внутренний туризм как положительно, так и отрицательно. К положительным факторам, способствующим развитию туризма, можно отнести государственную политику в сфере туризма, миграционное законодательство и налоговое регулирование. Отрицательное влияние на развитие туристической отрасли оказывают такие показатели, как политическая нестабильность, внутренние и международные вооруженные конфликты, изоляция государства на международной арене, террористические акты, массовые беспорядки, а также ужесточение политического режима [1].

Для разрешения отрицательных последствий политического влияния на въездной и внутренний туризм необходимо развивать и реализовывать государственные программы, такие как «Развитие туризма», «Доступная среда», «Развитие культуры» [2]. Нужно сделать упор на ключевые отрасли: инновации, информационные и комбинационные технологии. Тщательный и строгий контроль за качеством результата, организация и поддержка нововведений помогут существенно изменить текущую ситуацию и улучшить весь процесс. Необходимо следовать следующим рекомендациям: принимать дипломатические шаги и экономические усилия, прогрессивные технологии и меры повышения доверия к властям и имиджу страны. В заключение можно также отметить, что политическая стабильность и безопасность в стране имеют решающее значение для туристической индустрии.

Список литературы

1. Боголюбова, С. А. Виды и тенденции развития туризма : учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. — Москва : Юрайт, 2023. — 231 с.
2. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма» (с изм. на 13 февраля 2024 года) : постановление Правительства РФ от 24 декабря 2021 г. № 2439. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_405703/ (дата обращения: 15.01.2024).
3. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм : учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2023. — 317 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/516511> (дата обращения: 10.12.2023).
4. Туристский поток: официальный сайт Росстата. — URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 15.01.2024).

ПОТЕНЦИАЛ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ АЛТАЙ

Е. Е. Горькая

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
evagorkaya2007@gmail.com

В данной работе проведен анализ потенциала индустрии туризма Республики Алтай. В работе анализируется возможность развития туристического сектора в регионе, чтобы привлечь большое количество туристов. Рассматривается текущее состояние инфраструктуры туризма на Алтае, выявляются проблемы и пути их решения. Основная цель статьи состоит в анализе значительного потенциала туризма Республики Алтай для роста экономики не только самого региона, но и для всей страны.

Ключевые слова: потенциал, туризм, Республика Алтай.

Республика Алтай предлагает своим гостям уникальные природные богатства: чистый горный воздух, кристальные воды и экологически здоровую среду. Люди из больших городов всего мира приезжают сюда, чтобы восстановить здоровье, отдохнуть и получить заряд энергии.

В связи с внешнеполитической обстановкой в 2022 году туристический поток, по ведомственным данным, составлял 2,49 млн посещений, а в 2023 году эти показатели увеличились на 5,75 % (2,64 млн посещений). Динамика наблюдается в авиаперевозках. За 12 месяцев 2023 года показывает рост пассажиропотока аэропорта «Горно-Алтайск»: обслужено 429,269 тыс. пассажиров. По статистике в 2023 году количество коллективных средств размещения составило 658 единиц. Количество классифицированных средств размещения в Республике Алтай в 2023 году — 168 объектов: 5 объектов — 5 звезд, 15 объектов — 4 звезды, 21 объект — 3 звезды, 8 объектов — 2 звезды, 7 объектов — 1 звезда, 112 объектов без звезд [1].

Поступления от туристической отрасли в консолидированный бюджет, по оперативным данным УФНС по Республике Алтай по состоянию на 01.01.2024 г. составили 817,88 млн руб. (рост к 2022 г. составил 48,97 % от 549 млн руб.). Но, несмотря на экономический рост региона, возникают проблемы [2].

Первая проблема — это недостаточное количество коллективных средств размещения, отсутствие в них медицинского обслуживания, малый объем пунктов общественного питания. Туристы, приезжая в Республику Алтай, зачастую сталкиваются с проблемой размещения и проживания, вследствие чего вынуждены приобретать дополнительный инвентарь для туризма (палатки, спальные мешки и т. д.).

Вторая проблема — недостаточное развитие транспортной сети, безопасность и неудобство определенных маршрутов, труднодоступность пеших прогулок (походы по Шавлинским озерам, поход по долине реки Маашей).

Слабая организованность безопасности экскурсий: на туристических маршрутах отсутствуют медицинские пункты, нет медицинского сопровождения, специализированной техники для проведения экскурсий (путешествие по Чуйскому тракту, берега Телецкого озера) [3, с. 158].

Исходя из вышеперечисленных проблем, видится целесообразным решение следующих задач:

1) увеличение количества коллективных средств размещения, оснащение их квалифицированным медицинским персоналом и оборудованием, развитие сети пунктов общественного питания. Все это должно реализоваться при помощи поддержки малого и среднего бизнеса, дополнительного их финансирования и расширения им льгот;

2) доведение транспортной сети и пеших маршрутов до современного уровня безопасности и комфорта;

3) установление оснащенных медицинских пунктов на туристических маршрутах, обязательное медицинское сопровождение (при походах, экскурсиях и т. д.), установление новых стандартов безопасности для техники и оборудования, предназначенных для экскурсий.

В связи с геополитической ситуацией посещение Горного Алтая туристами не только из России, но и из-за рубежа набирает обороты. Регион стал потенциальным местом инвестирования. Это очень рационально, так как здесь расположено сразу пять объектов ЮНЕСКО: Телецкое озеро, Алтайский и Катунский биосферный заповедники, плато Укок и гора Белуха. На Алтае много лечебных и оздоровительных мест. Среди многочисленных туристско-рекреационных объектов два выделяются по масштабу и темпам привлечения инвестиций: это горнолыжный курорт «Манжерок», который за 2022 год привлек свыше 1 млн туристов (планируемый поток к 2024 году 2 млн человек, совокупный объем инвестиций в проект к 2024 году составит 4 млрд рублей), и курорт на Каракольских озерах (планируемый объем инвестиций в ближайшие годы — около 20 млрд руб.). К 2026 году ожидается полное достижение планов развития этих двух объектов и огромный приток туристов со множеством существенных положительных экономических изменений в регионе.

В Горном Алтае есть множество природных мест с большим потенциалом, которые требуют вложений и инвестиций, они могут сыграть положительную роль: для государства — увеличение доходов от туристической индустрии, для туристов — возможность познания себя через взаимодействие с природой и культурой, для местных жителей — рост нового бизнеса и создание новых рабочих мест. Тревожность, вызванная нестабильностью и стрессами, заставляет путешественников всё больше задумываться о своём здоровье. «Тревел-прогнозы на 2024 год» показал, что оздоровительным туризмом интересуются 20 % людей по всему миру. Набирают популярность и поездки, связанные с духовными практиками и медитацией, растёт спрос на ретриты, т. е. уединённый отдых вдали от цивилизации [2]. Алтай очень хорошо подходит под эти требования, в регионе много духовных мест, для любителей древних культур есть возможность посетить долину шаманов и пообщаться с ними.

Таким образом, потенциал туризма Республики Алтай огромен, вложения в инфраструктуру, продвижение туристических маршрутов, сохранение природных и культурных достопримечательностей в сочетании с уникальностью природы данного региона могут привести к значительному росту посещаемости и экономическому развитию региона. Алтай обладает всеми атрибутами для того, чтобы стать одним из лучших туристических направлений в России и привлечь внимание путешественников со всего мира.

Список литературы

1. Министерство туризма Республики Алтай: официальный сайт. — Горно-Алтайск, 2023. — URL: <https://mintur04.ru/about/statistics/> (дата обращения: 18.02.2024).
2. Министерство экономического развития Российской Федерации: официальный сайт. — Москва, 2023. — URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/v_respublike_altay_v_ramkah_nacproekta_msp_postroyat_industrialnyy_park.html (дата обращения: 18.02.2024).
3. Дунец, А. Н. Территориальная организация горных туристско-рекреационных систем (на примере Алтае-Саянского региона) : монография / А. Н. Дунец; М-во образования и науки Рос. Федерации, Фед. агентство по образованию, ГОУ ВПО Алтайский ГТУ им. И. И. Ползунова. — Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2009. — 167 с.

ЭКОТЕЛИ. СТАНОВЛЕНИЕ «ЗЕЛЕННОГО» БИЗНЕСА

Е. Е. Ефремова

Научный руководитель: Ж. П. Шнорр, *д-р экон. наук, доцент*
Новосибирский государственный университет экономики и управления
«НИНХ» (НГУЭУ), г. Новосибирск, Россия
ekaterina.efremowa2014@mail.ru

В данной работе рассматривается развитие так называемого «зеленого» бизнеса гостиничных предприятий в г. Новосибирске. Автор дает рекомендации по совершенствованию экологического бизнеса в сфере гостеприимства, которые в дальнейшем могут улучшить качество производимых продуктов и услуг. Актуальность работы заключается в продвижении современного тренда на экологичность и возобновляемость ресурсов.

Ключевые слова: «зеленые» отели, экотехнологии, экология, сохранение природы.

Тренд на «зеленые» технологии стал набирать популярность сравнительно недавно, предприятия активно внедряют всевозможные способы ведения бизнеса без вреда окружающей среде или экологически направленного бизнеса. Глобальные проблемы ресурсов и природных факторов всё чаще стали затрагивать мировые масштабы, растет уровень экологизации общественного сознания, количество равнодушных людей с каждым годом увеличивается всё больше, проводятся различные акции по защите окружающей среды. В современных условиях тренд на экотуризм и устойчивость считается одним из главных, а предприятия, которые вступают в «зелёные» ряды, становятся престижными и привлекательными как для клиентов, так и партнеров по бизнесу, что обуславливает актуальность темы исследования.

Цель исследования — характеризовать вовлеченность отелей в экоиновации и разумное потребление ресурсами через так называемые «зеленые» тренды.

Для того чтобы выявить, используются ли такие инновации трендов в сфере гостиничной индустрии в г. Новосибирске были проведены контент-анализ, исследование источников интернет-ресурсов, статей, журналов, рейтингование самых «зеленых» отелей г. Новосибирска, а также сравнительная характеристика внедряемых технологий экобизнеса. Большинство источников информации выделяют одну общую тенденцию — поток экотуристов в Новосибирске возрастает, и потребность в отелях с акцентом на сохранение природных ресурсов увеличивается.

Так как тренд на заботу об экологии является устойчивым в последние несколько лет, средства размещения используют различные способы присоединения к экологичной деятельности в рамках развития городской среды. Необходимо выявить способы и инструменты ведения «зеленого» бизнеса для формирования дальнейших рекомендаций в данной сфере.

Теоретическое значение заключается в сборе необходимой информации о важности применения экологичных технологий в процесс ведения бизнесом и

предложения гостиничной услуги и продукта. Практическая значимость исследования заключается в том, что выявленные результаты анализа деятельности экологических технологий в отелях помогут сформировать целевое предложение для экотуристов, увеличить поток инвестиций в рост «зелёного» тренда на отели, а также выделить ряд проблематик, связанных с экологией в городе в целом.

Перечень отелей, которые занимаются «зеленой» деятельностью в Новосибирске: «Grand Autograph Hotel Novosibirsk», «Park Inn By Radisson Novosibirsk», «Сосновый бор», «Алтика» (экоотель). В целом гостиничные предприятия не относят себя полностью к «зеленым» отелям, поскольку у них отсутствуют сертификаты энергоэффективности, но многие из них участвуют в акциях переработки пластика, текстиля, помогают приютам и бережно относятся к окружающей среде. Это уже говорит об осознанном подходе к гостиничному бизнесу, следование трендам и приобщение к заботе о природе и окружающей среде.

Проанализировав отели г. Новосибирска, были выявлены и слабые стороны внедрения «зеленых» инструментов ведения бизнеса и отели, которые не относятся к экофрендли туризму, упуская возможности привлечения нового потока туристов. Необходимо использовать больше ресурсов для внедрения и развития новых экотехнологий, формировать так называемый «зеленый» имидж. Что содержит в себе словосочетание «зеленый» имидж? В первую очередь имидж подчеркивает заботу об окружающей среде, подход персонала к каждому действию осознанно, без вреда природе, экологическую ответственность.

Следует выявить ряд необходимых характеристик, наиболее полно соответствующих отелям, которые так или иначе относятся к экологичным отелям. Для того чтобы отели имели полноценный статус «зеленых», рекомендуется применять энергосберегающие лампы, водосберегающие фильтры, в большей степени использовать биоразлагаемые натуральные материалы отделки и мебели, сортировать отходы, включая стекло, пластик и бумагу. Также отелям следует тщательно выбирать продукты питания в своих ресторанах или кафе, делая акцент на здоровой пище и используя возобновляемые источники энергии, чтобы наносить как можно меньше вреда природе. Подход к выбору различных моющих средств также должен быть грамотным, состав не должен содержать вредные или агрессивные вещества. Это касается всевозможных сопутствующих товаров в отеле [1].

Если отели будут как можно больше использовать экологически направленные технологии, то влияние на природу будет минимизировано. Перечень таких характеристик относится к устойчивым экоотелям, которые могут применять все вышеперечисленные условия, находясь как в центре города, так и в отдалённых участках. Таким образом, средства размещения не нужно находить непосредственно только за городом.

Выявив примерные затраты на различные экологичные внедрения, были представлены результаты наиболее экономически выгодных технологий в таблице.

Выгоды для отелей по уровню затрат на внедрение экотехнологий

Внедрение экотехнологий	Выгода для отелей по затратам	
	дороже	дешевле
Возобновляемый источник энергии (ветер/солнце)		√
Натуральные продукты питания	√	
Энергосберегающие лампы	√	
Переработка отходов		√
Оптимизация затрат на текстиль, косметические средства и другое		√
Мебель и отделка из натуральных материалов	√	
Биоразлагаемые чистящие средства	√	

Таким образом, можно выделить одну из важных причин, почему отели в Новосибирске не могут полностью использовать элементы экоотелей в своей деятельности. В первую очередь, это большие затраты на ресурсы, но то, что не требует дополнительных расходов, например, сортировка отходов, рекомендуется активно применять в своём бизнесе. Поток эготуристов увеличивается, а значит, в их приоритете будут именно те отели, которые лояльно относятся ко всем трендам безопасности природных ресурсов и сами проявляют активное участие в защите природы. Также отелям рекомендуется пересмотреть политику расходов и найти баланс затрат, чтобы применять как можно больше экологических инструментов.

Список литературы

1. «Зеленые» отели — будущее туристического бизнеса [Электронный ресурс]. — URL: https://ozlocks.ru/statii/zelenie_oteli_budushee_turisticheskogo_biznesa/ (дата обращения: 18.02.2024).
2. Экоотели: зачем инвестировать в «зеленый» имидж [Электронный ресурс]. — URL: <https://hotel.report/events/eko-oteli-zachem-investirovat-v-zelenyj-imidzh?ysclid=Isra0iyem135122251> (дата обращения: 18.02.2024).

АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЗАПОРОЖСКОГО РЕГИОНА: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ

А. С. Илющенко, *обучающийся*, Т. И. Каткова, *д-р техн. наук, профессор*
Азовский государственный педагогический университет (АГПУ),
г. Бердянск, Россия
ilusenko228@mail.ru

В данной работе рассматривается туристический потенциал Запорожской области. Цель исследования — проанализировать ключевые факторы, влияющие на развитие туризма в регионе, такие как культурно-историческое наследие, природные ландшафты и курортные зоны, а также выработать рекомендации по оптимизации туристической деятельности. Особое внимание уделяется перспективам развития туристической инфраструктуры, маркетинговым стратегиям и сотрудничеству с другими регионами. Работа представляет практическую ценность для органов управления туризмом, туристических компаний и предпринимателей.

Ключевые слова: туристический потенциал, Запорожская область, культурно-историческое наследие, курорты, туристическая инфраструктура, перспективы развития.

Актуальность исследования. Запорожская область, богатая историческим наследием, культурными достопримечательностями и природной уникальностью, обладает значительным туристическим потенциалом. В связи с развитием туризма как важного сектора экономики изучение текущего состояния и перспектив развития туризма в данном регионе становится актуальной задачей.

Цель. Анализ туристического потенциала Запорожской области с целью выявления ключевых факторов, влияющих на его развитие, а также формулирование рекомендаций по оптимизации туристической деятельности в регионе.

Практическая и теоретическая значимость исследования. Результаты исследования представляют практическую ценность для органов управления туризмом, туристических компаний и предпринимателей, позволяя им более эффективно использовать туристический потенциал региона и разрабатывать стратегии его развития. Теоретическая значимость исследования заключается в расширении знаний о факторах, влияющих на развитие туризма в региональном контексте.

Методы и инструменты исследования. Мониторинг туристической инфраструктуры и ресурсов региона (объектов показа, мест размещения, дорожной сети и т. д.).

Запорожская область — регион с богатым историческим и природным наследием, общеизвестный своими курортами на Азовском побережье. В регионе находятся известные со времен Советского Союза курортные города Бердянск, Приморск и Кирилловка. В настоящее время туристическая активность в регионе существенно уменьшилась из-за военного положения. На восстановление туристического потенциала в регионе необходимы время и значительные финансовые средства.

В наши дни усилиями властей образовывается туристический кластер, связывающий курортные зоны от Бердянска до Кирилловки. В нынешних условиях имеется возможность одновременно разместить около 200 тыс. чел., и, по словам властей, планируется, что регион будет в будущем принимать больше 1,5 млн посетителей в год: Запорожская область получила ассигнования на строительство и восстановление туристической инфраструктуры в рамках национального проекта.

Прибрежный курортный город Бердянск, где в прошлом функционировало множество санаториев, детских лагерей и баз отдыха, заслуживает особого внимания. Еще в XX веке местными врачами были выявлены лечебные особенности грязей прибрежных лиманов, сопоставимые с лучшими лечебными грязями России и Западной Европы. В 1902 году после оценки потенциала грязей лимана местные власти возвели деревянную грязелечебницу с солнечным подогревом на берегу Красного лимана, обретшую популярность среди пациентов со всего Советского Союза.

Стоит отметить историю Николая Андреевича Баранова. В свое время он занимал высокие посты в советском правительстве, также был заместителем министра здравоохранения СССР. После войны, будучи главным санитарным врачом УССР, он сумел убедить Сталина отменить распоряжение о строительстве морского порта на территории санатория «Бердянск», тем самым гарантировав его сохранение для будущих поколений [4].

Санаторий «Бердянск» в советское время специализировался на лечении заболеваний органов дыхания благодаря чудесному морскому климату. В 1990-е гг. санаторий столкнулся с риском закрытия из-за экономических трудностей, но благодаря Н. А. Баранову удалось не только сохранить, но и модернизировать лечебную базу. Он лоббировал интересы санатория, привлекал инвестиции и установил сотрудничество с ведущими медицинскими центрами.

Растущий спрос на грязелечение помог в 1915 году получить от правительства субсидию на расширение курорта — была построена каменная грязелечебница и интернагты. В 1970 году Бердянск был признан курортом общесоюзного значения, а в 2005 году природные территории курорта Бердянск получили статус курорта государственного значения по закону Украины.

Бердянск известен как важный морской порт Северного Приазовья и привлекает большое количество туристов благодаря теплому морскому климату, прекрасным рекреационным ресурсам и умеренным ценам. В Бердянске находится 70 лечебно-оздоровительных учреждений, в том числе 8 санаториев, 17 детских, спортивных и оздоровительных учреждений, 45 баз отдыха и пансионатов. Развитию города содействовал небезызвестный морской порт, построенный в удобной гавани, на побережье имеется ряд пристаней, пересечение автомобильных и железных дорог и временно приостановивший свою деятельность аэропорт. Через город проходит автомагистраль областного значения «Бердянск — Токмак — Васильевка — Энергодар — Каменка-Днепровская». Для приема туристов необходимо наличие жилищных комплексов. Стоит отметить, что в Бердянске их немало, однако большинство из них неактивны или требуют финансовых вложений и обновлений инфраструктуры. Для любителей

активного отдыха в Бердянске имеется зоопарк, несколько музеев, большое количество кафе, ресторанов, аквапарк.

В окрестностях села Луначарское, Новопетровка и пгт. Кирилловка есть зоны отдыха, которые могут быть использованы для создания оздоровительных центров для взрослого населения и длительного отдыха детей. Кирилловский бальнеоклиматический грязевой курорт находится на юго-западе Запорожской области и связывает пгт. Кирилловку, косы Пересыпь и Федотова. Приморский оздоровительный курорт местного значения размещен на юге Запорожской области и в настоящее время работает в стихийном режиме.

Таким образом, сильными сторонами Запорожского региона с точки зрения развития туризма являются:

1. Наличие живописных природных ландшафтов, таких как степи, речные долины, заповедники и национальные парки, благоприятствующие экологическому туризму.
2. Богатое историко-культурное наследие, включающее древние курганы, исторические города и музеи.
3. Развитая инфраструктура в крупных городах, таких как Мелитополь и Бердянск, с отелями, ресторанами и достопримечательностями.
4. Наличие морского побережья Азовского моря с курортными городами и пляжами, подходящими для пляжного отдыха.
5. Хорошая транспортная доступность благодаря расположению на пересечении автомобильных и железнодорожных путей.
6. Значительный рекреационный потенциал с наличием минеральных источников, грязевых вулканов и лечебных курортов, подходящих для оздоровительного туризма.

Слабые стороны:

1. Недостаточное развитие туристической инфраструктуры в сельских районах и природных зонах.
2. Ограниченный выбор высококлассных гостиниц и объектов размещения.
3. Недостаточная известность и продвижение туристических возможностей региона на национальном и международном уровне.
4. Необходимость улучшения качества дорог и транспортного сообщения в отдаленных районах.
5. Нехватка квалифицированных кадров в сфере туризма и гостиничного бизнеса в некоторых местах.
6. Разрушенные корпуса и изношенные сооружения туристической и санаторно-курортной отрасли.

Выводы и рекомендации. На основе проведенного исследования можно предложить следующие рекомендации по восстановлению, привлечению и улучшению туристического потенциала Запорожской области.

Необходимо стимулировать развитие маркетинговых стратегий, подчеркивая богатое культурно-историческое наследие, природные ландшафты и курортную инфраструктуру для продвижения туристических возможностей на российском и международных рынках, повышать качество услуг через модернизацию инфраструктуры, повышение квалификации персонала и внедрение

современных стандартов обслуживания, учитывая интересы и потребности разных категорий туристов и гостей, повышать сотрудничество с другими регионами России. Нужно уделять особое внимание экологическим аспектам развития туризма, стимулировать привлечение инвестиций в развитие туристической сферы региона, активно вовлекать местное население, которое будет создавать новые рабочие места и повышать уровень жизни.

В результате исследования было выявлено, что основными преимуществами туристического потенциала Запорожской области являются богатое культурное наследие, разнообразие природных ландшафтов и развитая инфраструктура, однако для полного раскрытия потенциала необходимо уделить внимание таким аспектам, как маркетинговые и продвиженческие стратегии, повышение качества услуг, развитие инфраструктуры и сотрудничество с другими регионами. Нужно отметить, что дальнейшее развитие рекреационного комплекса как одного из вариантов оптимизации территориальной структуры региона будет способствовать улучшению эколого-социальноэкономической обстановки приморских территорий Запорожской области, прежде всего улучшит состояние социальной сферы (создание новых и реконструкция старых мест отдыха, появление дополнительных рабочих мест, изменение социальной обстановки), ведение рационального природопользования и частичное восстановление природной среды, дополнительная прибыль в местный бюджет.

Список литературы

1. Белик Е. В. Развитие курортных зон приморских территорий Запорожской области как вариант оптимизации территориальной структуры региона // Ученые записки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. География. Геология. — 2011. — № 2 – 2. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-kurortnyh-zon-primorskih-territoriy-zaporozhskoy-oblasti-kak-variant-optimizatsii-territorialnoy-struktury-regiona> (дата обращения: 15.02.2024).
2. Инвестиционный портал Запорожской области [Электронный ресурс]. — URL: <https://investportal-zo.ru/deyatelnost/turizm-i-kurorty> (дата обращения: 15.02.2024).
3. Тенденции развития регионального туристического бизнеса на примере санатория «Лазурный», г. Бердянск [Электронный ресурс]. — URL: https://studbooks.net/751623/turizm/tendentsii_razvitiya_regionalnogo_turisticheskogo_biznesa_na_primere_sanatoriya_lazurnyy_g_berdyansk (дата обращения: 15.02.2024).
4. Как Сталин решил судьбу санатория «Бердянская коса» [Электронный ресурс]. — URL: <https://operkor.wordpress.com/2011/01/31/kak-stalin-reshil-sudbu-sanatoriya-berdyanskaya-kosa/> (дата обращения: 15.02.2024).
5. Чернева Т. История санатория «Лазурный» [Электронный ресурс]. — URL: <https://tanyacher-livejournal-com.turbopages.org/tanyacher.livejournal.com/s/66671.html> (дата обращения: 15.02.2024).

СОСТОЯНИЕ И ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ

Н. В. Кадничанский

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),

г. Новосибирск, Россия

Kadnichanskij.402@gmail.com

В данной работе проведен анализ туристской отрасли в РФ. Определены прогнозы развития туризма в России, в том числе внутреннего. Цель исследования — провести анализ состояния, динамики, составить прогноз развития туризма в России.

Ключевые слова: туризм, внутренний туризм, анализ, прогнозы развития

Последние годы оказались для России настоящим испытанием. Страна оказалась втянутой в военный конфликт, который повлек за собой множество перемен в жизни обычных граждан. Сфера туризма тоже почувствовала его последствия. Не только аэропорты в 11 городах юга России были закрыты, но и ряд стран запретили полеты российских самолетов. В такой ситуации туризм стал одной из тех отраслей, которая вынуждена была перестроиться и искать новые возможности для развития. Регионы России начали активно продвигать внутренний туризм, предлагая путешественникам уникальные маршруты и опыты, которые ранее не были так популярны.

Цель исследования — провести анализ состояния, динамики и обозначить прогноз развития туризма в России.

Методы и инструменты исследования: сбор, обобщение информации и статистических данных, анализ и прогноз показателей.

Практическая значимость исследования заключается в том, что по результатам состояния и динамики туристской отрасли в РФ можно составить прогноз развития туризма в России.

Динамику соотношения въездного и выездного туризма можно увидеть на рис. 1.

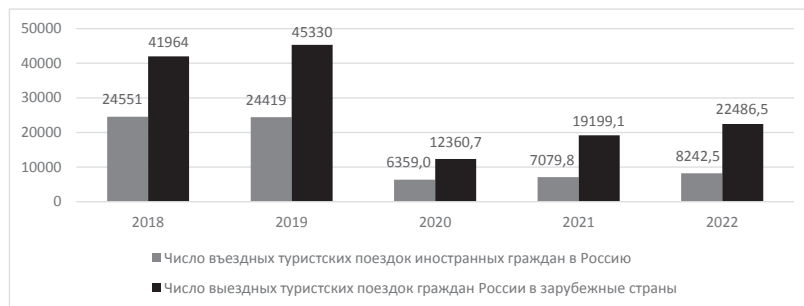


Рис. 1. Соотношение въездных и выездных туристских поездок РФ [2]

Как видно из диаграммы, соотношение въездного и выездного туризма складывается в пользу выездного со значительным перевесом.

Важными показателями для анализа является туристический поток. Целесообразно анализировать туристический поток в целом по России и по регионам. Анализ представлен на рис. 2.

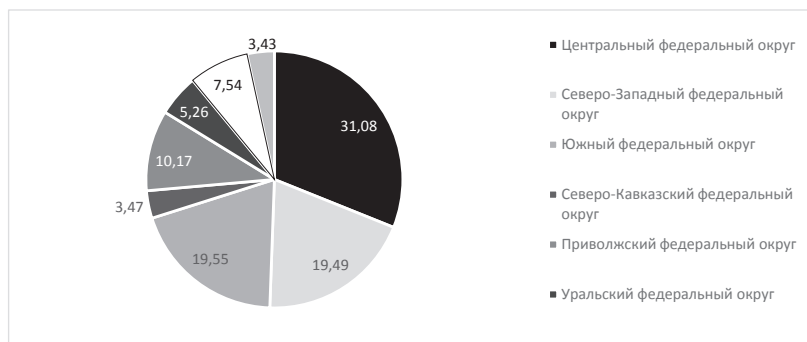


Рис. 2. Структура туристического потока по регионам РФ за 2022 г. [2]

Из проведенного анализа следует, что Центральный федеральный округ занимает первое место по доле в туристическом потоке, за ним следует Южный федеральный округ, а на третьем месте располагается Северо-Западный федеральный округ. Для оценки состояния отрасли можно проанализировать также другие показатели. Важным является показатель валовой стоимости туристической индустрии в динамике. Наглядно ситуация и прогнозный тренд можно увидеть на рис. 3.

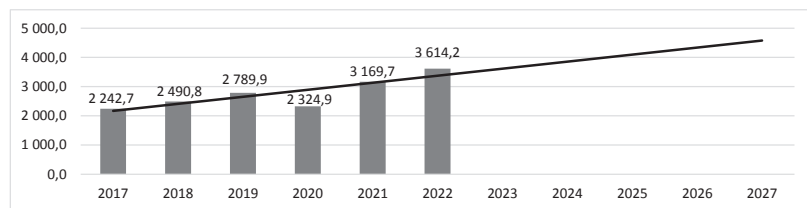


Рис. 3. Динамика изменения валовой добавленной стоимости туристической индустрии и прогнозный тренд на период 2017–2027 гг. [2]

Как видим, наблюдается устойчивый восходящий тренд, несмотря на геополитические риски. Объем валовой добавленной стоимости растет и будет расти в будущем. Важным показателем является доля валовой добавленной стоимости туристической индустрии в валовом внутреннем продукте РФ.

Доля валовой добавленной стоимости по регионам в динамике представлена на рис. 4.

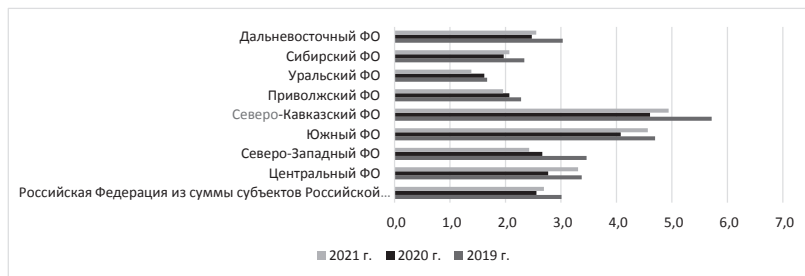


Рис. 4. Доля валовой добавленной стоимости туризма в валовом региональном продукте по регионам [2]

Тенденции изменения доли по регионам носят разнонаправленный характер и зависят от потенциала региона. Изучив результаты анализа и учитывая информацию, содержащуюся в Стратегии развития туризма в Российской Федерации до 2035 года [2], можно представить ключевые показатели развития туризма в России на рис. 5.

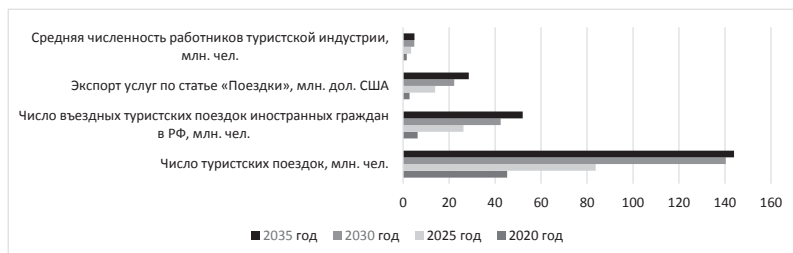


Рис. 5. Целевые показатели развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [1]

Таким образом, по всем анализируемым показателям наблюдается восходящий тренд, что говорит о положительном развитии внутреннего туризма как в целом в РФ, так и по регионам. Многие регионы улучшили свои показатели, и прогнозируется их дальнейшее улучшение. Основное направление развития туристической отрасли в настоящее время — это внутренний туризм. Его развитию посвящено множество программ и проектов со стороны государства. Многие из них меняются и подстраиваются под сегодняшнюю геополитическую обстановку.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

А. В. Костина, *обучающийся*, Н. Н. Пономарев, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
nastya26051980@yandex.ru

В статье рассматриваются ключевые аспекты цифровизации, включая внедрение искусственного интеллекта, блокчейна и больших данных, которые оптимизируют процессы бронирования, повышают уровень персонализации предложений и улучшают клиентский опыт. Особое внимание уделяется тому, как цифровые инновации могут помочь туристической индустрии адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка и управлять сложностями, вызванными глобальными кризисами. Цель исследования — показать высокую эффективность цифровизации как инструмента повышения равномерности и устойчивости развития индустрии туризма. Результаты исследования могут быть использованы для разработки стратегических путей ускорения дальнейшего экономического роста индустрии туризма в России и ее регионах.

Ключевые слова: цифровизация туризма, инновационные технологии, искусственный интеллект в туризме, блокчейн, большие данные, персонализация услуг, управление клиентским опытом, туристический маркетинг, устойчивое развитие туризма, адаптация к кризисам.

Цифровизация, играя важнейшую роль в трансформации туристической индустрии, ощутила значительные изменения под воздействием глобальных технологических трендов. Инновационные технологии, такие как искусственный интеллект, большие данные и блокчейн, начинают активно использоваться для оптимизации процессов бронирования, персонализации предложений и повышения уровня безопасности и удобства путешествий.

Рост потребительских ожиданий в области удобства и доступности информации стимулирует туристические компании к активному внедрению цифровых решений. Современные туристы желают получать мгновенный доступ к широкому спектру туристических услуг через интернет-платформы и мобильные приложения, что делает цифровизацию критически важной для удовлетворения этих потребностей. Цифровизация открывает новые возможности для маркетинга и управления репутацией в индустрии туризма. Использование данных из социальных медиа и аналитических инструментов позволяет компаниям эффективнее находить потенциальных клиентов, управлять отзывами и предлагать улучшенный пользовательский опыт, напрямую влияя на рост доходов и конкурентоспособность бизнеса.

Глобальная цифровизация сделала индустрию туризма наиболее перспективной сферой для активного использования новейших цифровых технологий как инструмента не только ускоряющего это развитие, но и обеспечивающего его устойчивость и равномерность в территориальном разрезе. Несмотря на то, что цифровизация индустрии туризма стала назревшей потребностью современного туриста, вышепредставленные данные показывают, что не все

организации индустрии туризма успевают за темпами ее развития. Последний опрос экономических субъектов отечественной индустрии туризма, проведенный McKinsey, показал, что после пандемии все участники туристского рынка ощущают острую необходимость в ускорении темпов цифровизации. Так, 64 % респондентов утверждают, что их организациям необходимо резко ускорить темпы цифровой трансформации, чтобы не обанкротиться.

Кроме того, несмотря на определенные успехи в области цифровизации и импортозамещения в сфере отечественного туризма, эффективность их результатов далека от оптимальной, так как часто эти процессы протекают бессистемно и хаотично. Данное исследование является попыткой обобщить и систематизировать процессы цифровизации в отечественной индустрии туризма как инструмента повышения равномерности и устойчивости развития ее регионов и территорий.

Рост потока потенциальных туристов, использующих формат онлайн-бронирования и покупок через интернет, требует внедрения в ближайшем будущем в деятельность организаций индустрии туризма не только базовых, но и продвинутых информационных технологий. Инструменты цифровизации позволяют упростить информационно-коммуникационный процесс между организацией и туристом, а также удешевить оказание туристских услуг благодаря применению прямых каналов их продвижения. Наиболее востребованными инструментами цифровых технологий в туризме стали электронные туристские карты гостя. В настоящее время они активно используются на территории Москвы, Санкт-Петербурга, Казани, Крыма и Севастополя.

Особенно востребованы сервисы бронирования гостиниц, билетов на транспорт, а также предоставляющие возможность приобретения индивидуальных туров и обеспечивающих единую «точку входа» для туристов, посещающих не только Москву, но и другие города России. В настоящее время сервис представляет продукты в 80 регионах страны. Очевидно, что наиболее высоким рейтингом обладают те территории, которые имеют высокие показатели по уровню цифровизации организаций индустрии туризма и применения прогрессивных информационных технологий.

«Умный туризм» («сма́рт-туризм», smart tourism) как термин применяется для описания взаимодействия современных информационных технологий и устойчивого развития индустрии туризма, трактуется как вид туризма с использованием смарт-технологий для создания дополнительной ценности путешествия для туристов. «Умный туризм» предполагает конвергенцию технологий и туристского опыта, ведущего к более полному удовлетворению запросов и ожиданий новых молодежных типов туристов. В процессе своего формирования «умный туризм» вобрал в себя элементы электронного туризма, который развивался на основе инноваций, внедрения информационных технологий, приведших к созданию глобальных систем централизованного бронирования, социальных сетей, мобильных технологий. «Умный туризм» включает в себя несколько компонентов: во-первых, интеллектуальные технологии, сопряженные с принципами «умного города», учитывающего запросы как жителей, так и туристов в поддержке доступности и мобильности ресурсов для определенного

качества жизни; во-вторых, социальное явление, опирающееся на персонализированный интеллектуальный опыт туристов; сложную бизнес-экосистему, включающую государственно-частное партнерство, объединяющую обмен туристскими ресурсами и повсеместное создание туристского опыта. Китайский опыт развития «умного туризма» свидетельствует о том, что это длительный процесс долгосрочного планирования и реализации в сочетании с разработкой проектов «умных городов». Европейская комиссия начиная с 2019 г. для поощрения «умных» и устойчивых туристских практик на конкурсной основе выбирает европейскую столицу и европейского «зеленого пионера» «умного туризма» как туристского направления в четырех категориях: устойчивость, доступность, цифровизация, культурное наследие и творчество. В 2023 г. такими столицами названы кипрский город Пафос и испанская Севилья. «Умный туризм» определяется как туризм, поддерживаемый комплексными усилиями в месте назначения по сбору и агрегированию/использованию данных, полученных из физической инфраструктуры, социальных сетей, правительственных/организационных источников и человеческих тел/разума в сочетании с использованием передовых технологий. Впоследствии эти данные преобразуются в рабочую информацию и ценностные предложения для бизнеса, ориентированного на эффективность и устойчивость.

Дальнейшее продвижение цифровой трансформации обусловило новые формы коммуникаций между производителями туристских продуктов и услуг, что привело к появлению цифрового туризма (digital tourism). Поскольку цифровой туризм — это новое понятие, пока еще не получившее конкретного общепринятого определения, то он рассматривается как этап цифровой трансформации, в ходе которого усиливается привлечение людей как активных пользователей современными информационно-коммуникационными технологиями в сферу реального туризма. Это обусловлено тем, что пока цифровые технологии в российской сфере туризма выполняют ограниченные функции. Тем не менее мировой опыт показывает повышение эффективности управления туризмом с применением цифровых технологий. Стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. предусмотрен комплекс мер по внедрению цифровых технологий в сферу туризма, в том числе по использованию цифровых решений, принимаемых на основе взаимодействия государственных информационных систем с предпринимательским и экспертным сообществом в ходе разработки и реализации проектов, формирования туристской экосистемы для обеспечения лучшего клиентского опыта всех участников рынка на онлайн-платформе, интегрированной с внешними источниками и социальными платформами, а также создание различных сервисов, мобильных приложений для продвижения туристских продуктов.

Цифровой туризм направлен на использование цифровых технологий и онлайн-инструментов для управления сферой туризма, создание, продвижение и реализацию туристских продуктов, привлечение потребителей и предоставление им доступа к необходимой информации для планирования путешествий и бронирования услуг.

Процесс постоянного совершенствования цифровых технологий в туризме формирует относительно новую индустрию Travel Tech, улучшающую возможности путешествий, поскольку «позволяет бесшовно спланировать путешествие онлайн с использованием платформ и приложений для бронирования полноценных туров или жилья и билетов отдельно», что в целом улучшает восприятие и опыт туристов и повышает эффективность предпринимательской деятельности. Вместе с тем развитие цифрового туризма требует повышенного внимания к проблемам безопасности данных, финансовых платежей, доступности интернета в отдаленных территориях.

Значимость государственной поддержки и поддержки на региональном уровне на данном этапе развития цифрового туризма будет усиливаться, что ставит целый комплекс задач по распространению лучших практик внедрения цифровых технологий в управление и организацию обслуживания туристов как в крупном, так в среднем и малом туристском бизнесе.

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы:

- работы по цифровизации туристских организаций, территорий, регионов и федеральных округов проводятся в рамках разрозненных стратегий и госпрограмм, что приводит к их хаотичности и бессистемности;

- уровень цифровизации туристских организаций различной отраслевой принадлежности далек от оптимальных значений;

- размеры финансирования процессов цифровизации и внедрения информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в различных регионах и федеральных округах недостаточны и не увязаны с какими-либо базовыми показателями.

Полученные выводы позволили нам сделать следующие рекомендации.

Во-первых, с нашей точки зрения, если увязать федеральный проект «Цифровой регион» [3] и созданный Минкомсвязи совместно с Советом Федерации рейтинг цифровизации регионов, то можно устранить противоречия в оценке регионального уровня развития цифровизации через единую систему базовых показателей и ускорить процессы цифровизации.

Так, Минстрой России предложил индекс цифровизации городского хозяйства «IQ городов», который отражает базовый уровень цифровизации городских хозяйств и позволяет составить рейтинг городов. Этот индекс позволяет не только проводить ежегодную оценку уровня цифровизации городского хозяйства, но и определять перспективные направления дальнейшего развития территорий.

По аналогии с индексом цифровизации городского хозяйства можно рекомендовать разработать и использовать индексы для оценки уровня цифровизации организаций индустрии туризма, регионов, областей, краев и федеральных округов. Если методика подсчета индекса «IQ городов» основана на разделении всех городов на четыре группы в зависимости от их численности, то в основу расчета индекса «IQ региона, края, области, федерального округа» можно положить их классификацию, применяемую в Национальном туристическом рейтинге, проводимом экспертами ЦИК «Рейтинг», т. е. рассчитывать индекс отдельно для субъектов «золотой», «серебряной» и «бронзовой» группы.

Во-вторых, с нашей точки зрения, результаты мониторинга предлагаемого индекса позволят оценить достигнутый уровень цифровизации индустрии туризма регионов и территорий Российской Федерации. Кроме того, в ходе проведенного исследования также выявлена тесная корреляция между расходами регионов на ИКТ и численностью населения этих территорий.

В-третьих, можно предположить, что федеральный проект «Цифровой регион» может стать интегрирующим и координирующим документом, который позволит обеспечить равномерное развитие цифровизации в регионах и делает этот процесс системным и управляемым.

Таким образом, внедрение сделанных рекомендаций будет способствовать повышению равномерности и устойчивости развития индустрии туризма в регионах Российской Федерации, устранению цифрового неравенства в их развитии, а также разработке стратегий их дальнейшего роста.

Список литературы

1. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]. — URL: <http://government.ru/rugovclassifier/614/ events/> (дата обращения: 10.04.2024).
2. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года : распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/#1000> (дата обращения: 10.04.2024).
3. Федеральный проект «Цифровой регион». — URL: <http://www.tadviser.ru/index.php> (дата обращения: 10.04.2024).

ГОСТЕПРИИМСТВО И ТУРИЗМ В РОССИИ

В. Е. Любимцева, *обучающийся*, А. С. Шишов, *старший преподаватель*
Сибирский государственный университет водного транспорта (СГУВТ),
г. Новосибирск, Россия
lyubimtseva.tori@yandex.ru

В данной работе проведен анализ туризма в России в связи с санкциями и военной геополитической ситуацией. Представлены различные рекомендации и варианты развития туризма в России.

Ключевые слова: укрепление, взаимодействие, улучшение, мировой рынок, предложения.

Потенциал гостеприимства и туризма в России остается актуальным и важным в современном мире. В условиях глобализации и развития технологий туризм становится все более значимым сектором экономики, способствующим развитию регионов, созданию новых рабочих мест и укреплению культурных связей между странами.

Цель исследования гостеприимства и туризма в России может быть многогранной, а именно:

1. Изучение потенциала развития туризма в России: анализ уникальных природных, культурных и исторических ресурсов страны, определение возможностей для развития различных видов туризма.

2. Оценка текущего состояния инфраструктуры и сервиса в туристической отрасли России: выявление проблем и недостатков, предложение мероприятий по их устранению.

3. Изучение спроса и предложения на туристические услуги в России: анализ туристического рынка, определение потребностей туристов и оценка конкурентоспособности российских туристических продуктов.

Для исследования гостеприимства и туризма в России можно использовать разнообразные методы и инструменты исследования. Некоторые из них могут включать:

1. Анкетирование и опросы: проведение опросов среди туристов, работников отрасли, местных жителей и других заинтересованных сторон для сбора данных о качестве услуг, уровне удовлетворенности, потребностях и ожиданиях.

Еженедельный опрос «ФОМнибус» 21–23 июля 2023 г.: 53 субъекта РФ, 104 населенных пункта, 1500 респондентов. Статпогрешность не превышает 3,6 %. 15 августа 2023 г. 21 % участников опроса за последний год выезжали на отдых в другие регионы нашей страны. Среди мест, которые люди хотели бы посетить больше всего, чаще называют Байкал (38 %), Санкт-Петербург (32 %) и Алтай (28 %). 28 % опрошенных никогда не ездили отдыхать в российские регионы. Половина респондентов считают, что в последние три-пять лет условия для внутреннего туризма, поездок по нашей стране улучшаются, 9 % — что ухудшаются, 17 % — что не меняются [1].

2. Наблюдение: изучение поведения туристов, анализ работы туристической инфраструктуры, оценка качества обслуживания на местах.

В редакции «Комсомольской правды» 6 декабря 2023 г. состоялся «круглый стол» на тему развития внутреннего туризма в России, где были подведены итоги работы отрасли в 2023 г. и озвучены планы на 2024-й. В дискуссии приняли участие известные эксперты туристической индустрии, которые обсудили последние тренды, направления и виды отдыха, инновации в сфере путешествий, перспективы и главные задачи на будущее.

36 % отдыхающих отмечают, что условия для отдыха и досуга в России за последний год изменились в лучшую сторону. 81 % отдыхающих остались довольны отпуском летом 2023-го. Еще два года назад этот показатель составлял 75 %, а в 2018-м — 63 % [2].

3. Анализ данных: сбор и анализ статистических данных, отчетов, исследований, открытых источников для получения объективной информации о состоянии туризма в России.

Согласно Росстату, общее количество туристических поездок россиян за три квартала 2023 г. составило 134 955 161 поездок, что на 16,48 % больше, чем за тот же период 2022 г. (115 854 093 поездки) [3].

Исследование гостеприимства и туризма имеет большую теоретическую значимость, поскольку оно способствует расширению наших знаний о различных аспектах этой отрасли и позволяет выявить закономерности, тенденции и особенности функционирования туристического рынка. Некоторые из ключевых теоретических аспектов, которые могут быть исследованы в этой области, включают:

- понимание поведения потребителей: исследование предпочтений, мотиваций, потребностей и ожиданий туристов помогает лучше понять, какие услуги и продукты востребованы на рынке гостеприимства и туризма;

- управление качеством услуг: анализ методов управления качеством услуг, оценка уровня удовлетворенности клиентов, разработка стратегий повышения качества обслуживания;

- экономические аспекты: исследование влияния туризма на экономику региона или страны, анализ экономических выгод от развития туристической индустрии.

Выводы из проведенного исследования. Россия обладает огромным потенциалом для развития туризма благодаря своему богатому культурному наследию, природным ресурсам и историческим достопримечательностям. Необходимо дальнейшее развитие туристической инфраструктуры, включая строительство новых гостиниц, развитие транспортной сети и создание туристических маршрутов. Нужна эффективная маркетинговая стратегия для привлечения иностранных туристов, а также продвижение внутреннего туризма.

Рекомендации для привлечения туристического потока путешествовать по городам России. Улучшение сервиса: повышение качества обслуживания в гостиницах, ресторанах, аэропортах и других туристических заведениях. Развитие туристических маршрутов: создание новых туристических маршрутов, включая как культурные, так и природные достопримечательности. Экологическая

устойчивость: способствовать развитию экологически устойчивого туризма, чтобы сохранить природные ресурсы и снизить негативное воздействие на окружающую среду. Сотрудничество с международными партнерами: развивать сотрудничество с другими странами для обмена опытом, привлечения инвестиций и продвижения российского туризма на мировом рынке.

Заключение. Развитие гостеприимства и туризма в России требует комплексного подхода, включающего улучшение сервиса, развитие инфраструктуры, продвижение маркетинговых стратегий и поддержку малого бизнеса. Реализация этих рекомендаций поможет сделать российский туризм более привлекательным для отечественных и зарубежных туристов.

Список литературы

1. Внутренний туризм [Электронный ресурс]. — URL: <https://fom.ru/Obraz-zhizni/104908> (дата обращения: 17.02.2024).
2. ВЦИОМ: россияне стали выше оценивать качество услуг в сфере внутреннего туризма [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.kp.ru/russia/novosti-turizma-v-rossii/kachestvo-stalo-vyshe/> (дата обращения: 17.02.2024).
3. Росстат оценил внутренний туризм за 9 месяцев 2023 года [Электронный ресурс]. — URL: <https://dev.atorus.ru/node/54569> (дата обращения: 17.02.2024).

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОТУРИЗМА В ЗАПОВЕДНИКАХ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Е. А. Мищенко, *обучающийся*, Н. Н. Пономарев, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
katuny23@mail.ru

В данной статье исследуются особенности развития экологического туризма Новосибирской области. Цель исследования состоит в оценке проблем и перспектив устойчивого развития экотуризма в Новосибирской области. Результаты исследования могут быть использованы для разработки региональных программ развития экологического туризма.

Ключевые слова: экологический туризм, туризм, устойчивое развитие, природные ресурсы, экология.

В настоящее время актуальность развития экотуризма обусловлена серьезными проблемами, с которыми сталкивается современный глобальный мир. Они связаны с изменением климата, снижением разнообразия растений и животных, деградацией и изменением существующих экосистем. Создавая в населенных пунктах благоприятную среду для деятельности, экотуризм побуждает людей бережно относиться к природе и вносить достойный вклад в совершенствование и сохранение природных ресурсов.

Природные ресурсы — объекты нетронутой красоты и природных богатств — становятся благоприятной сферой для развития туризма. Можно воочию наблюдать дикую природу, изучать уникальные виды растений и животных и понять важность их охраны. Особое значение экотуризм имеет в Новосибирской области, известной своей величественной и загадочной природой. Имея большой потенциал, он может быть использован для подъёма экотуризма путем сохранения баланса между этой деятельностью и уязвимыми экосистемами [1].

Целью исследования является анализ и предложение стратегии устойчивого развития экотуризма в заповедниках Новосибирской области. Важной частью исследования является анализ проблем и рисков, связанных с использованием территории, а также методов и мер по их снижению. Углубленное исследование поможет нам оценить удивительный потенциал территории и подготовить конкретные рекомендации для местной власти, туристических компаний и общественности.

Новосибирская область, которую называют сердцем Сибири, действительно поражает природой и уникальными местами. Заповедники в этом регионе, как жемчужины, предоставляют уникальную возможность познакомиться с природой в её первозданном виде. Красивейшие природные ландшафты и чудесная окружающая среда привлекает туристов, ценящих эту красоту и вдохновляющих людей сохранять этот мир. Однако в настоящее время нет чётких, стратегических, долгосрочных планов по балансу потока туристов в эти уникальные территории и защите их целостности и природной красоты.

Экотуризм способствует сохранению и защите природы, так как он нацелен на минимальное влияние на окружающую среду. Туристы, выбирающие этот вид отдыха, как правило, стремятся уберечь природу в её первозданном виде, не причиняя ей вреда. Это помогает соблюсти стабильность экосистемы и предупреждает об опасности влияния человеческой деятельности [3].

Экологический туризм даёт необычайную перспективу туристам окунуться в первозданность, насытиться её прелестью и неповторимостью. Нужно сказать, что применение альтернативных источников энергии, таких как солнечные батареи и ветряки, также помогает снизить негативное воздействие на природные ресурсы [2].

Для туристов создаются экологические тропы с интерпретационными пунктами. Эти места оснащаются информационными стендами, которые рассказывают о природных особенностях территории, биоразнообразии и истории региона. Информационные стенды, которые размещаются по пути следования экологических туристов, помогают глубокому пониманию уникальности природных условий и формируют положительный настрой туристов, осознание ценностей природы. Особенно важной частью развития экотуризма можно назвать образовательные мероприятия для путешественников, лекции, мастер-классы и экскурсии, которые проводят экологи и учёные. Эти мероприятия обеспечивают чувство ответственности, которая формирует у туристов желание сохранить природу и сохранить её богатство. Для продвижения и маркетинга данного вида туризма необходимо использовать инструменты, соответствующие стратегическим планам развития регионов.

Один из таких аспектов — разработка целевых маркетинговых стратегий. Они должны помочь успешно внедрить экологический туризм и максимально раскрыть его потенциал.

Также важным элементом является использование информационных ресурсов. На современном этапе информационные ресурсы играют важную роль в привлечении туристов. Официальные сайты заповедников, обширные путеводители, брошюры и фильмы несут подробную информацию о маршрутах, услугах, достопримечательностях и правилах поведения, что способствует привлечению большего числа посетителей.

Сотрудничество с туристическими компаниями играет ключевую роль в развитии туризма. Оно позволяет создавать специализированные турпакеты, включающие в себя посещение заповедников, экскурсии и образовательные мероприятия.

Не следует забывать о важной роли социальных сетей в формировании предпочтений туристов. Сегодня СМИ имеют большое влияние на восприятие информации. Рекламные кампании и информационные посты на популярных платформах позволяют охватить широкую аудиторию и привлечь внимание потенциальных туристов.

Характеристика и мониторинг ощутимо содействует в поддержании стабильности и долгосрочной жизнестойкости экотуризма. Эти инструменты разрешают пристально следить за воздействием туризма на биоресурсы, а также проецировать стратегии развития, ориентированные на

оптимизацию негативных последствий и сохранение исключительных природных ценностей.

Механизм оценки начинается на этапе моделирования и проработки туристических стратегий. Правозащитники в этой области проводят анализ вероятных техногенных рисков. Они изучают, какие виды жизнедеятельности способны наносить негативное воздействие на природу: фауну, флору, водные ресурсы и почву.

Важным шагом можно назвать образование системы постоянного или систематического наблюдения: это поможет собирать данные о состоянии природной среды и конкретного региона. В рамках таких анализов необходимо проводить измерения качества и свойства воды, состояния почвы, наличия редких животных и иные показатели экосистемы. Контролирование и наблюдение способно выявить малейшие колебания в экосистеме, которые необходимо принимать во внимание при развитии и внедрении стратегии популяризации этих регионов.

Устойчивое и стабильное развитие в природных биотопах Новосибирской области позволит обеспечить как экономический рост, так и сохранить уникальную, не имеющую аналогов природу. Для этого необходимо урегулировать интересы путешественников, местных жителей и охраны окружающей среды. Развитие экологического туризма в регионе станет примером сбалансированного подхода к устойчивому развитию.

Список литературы

1. Андреев, В. Н. Экологический туризм: проблемы и перспективы развития / В. Н. Андреев. — Москва : Гео, 2020.
2. Завьялова, Н. В. Экологический туризм как фактор устойчивого развития региона / Н. В. Завьялова. — Новосибирск : НГТУ, 2021.
3. Петров, В. И. Экологический туризм и его значение для сохранения природы / В. И. Петров. — Москва : Экон-Информ, 2020.

РАЗВИТИЕ СФЕРЫ ДЕТСКОГО ОТДЫХА И ОЗДОРОВЛЕНИЯ

В. В. Нечаева

Научный руководитель: Ж. П. Шнорр, *д-р экон. наук, доцент*
Новосибирский государственный университет экономики и управления
«НИНХ» (НГУЭУ), г. Новосибирск, Россия
nikanechaeva_21@mail.ru

Статья посвящена исследованию современного состояния сферы детского отдыха и оздоровления и выделению устойчивых тенденций развития по итогам летней оздоровительной кампании 2023 года. Предложены направления совершенствования отечественного рынка детского туризма.

Ключевые слова: детский туризм, сфера детского отдыха и оздоровления, лагерь, летняя оздоровительная кампания.

Современный детский туризм — один из самых устойчивых сегментов туристического рынка с высоким социально-экономическим потенциалом. Как и другие секторы, сегодня сфера детского отдыха и оздоровления переживает новый этап развития в силу воздействия геополитических факторов, создания единого информационного пространства и новых фундаментальных институтов. Мультипликативный экономический эффект отражен в тесной взаимосвязи детского туризма с системой образования, просвещения, медициной, транспортом, общественным питанием и другими отраслями экономики и социальной сферы. На протяжении нескольких десятков лет национальным приоритетом государственной политики Российской Федерации является развитие сферы детского отдыха и оздоровления как одного из главных драйверов, отвечающих за гармоничное и разностороннее развитие личности человека.

Актуальность темы исследования обусловлена важностью контроля над текущим состоянием и процессами социально-экономического развития сферы детского отдыха и оздоровления с целью выделения устойчивых тенденций и рыночных трендов, а также формирования грамотной политики, направленной на повышение эффективности функционирования индустрии детского туризма и отдыха.

Цель исследования — систематизация ключевых тенденций развития детского туризма в Российской Федерации и разработка рекомендаций по совершенствованию сферы детского отдыха и оздоровления по итогам летней оздоровительной кампании 2023 г. на примере Новосибирской области.

В качестве методов исследования были использованы: наблюдение, анализ, сравнение, графический, табличный методы и другой методический инструментарий.

Первая тенденция — выступает увеличение количества объектов детского и санаторно-оздоровительного отдыха вместо резкого уменьшения данного сегмента с 1990 г. [3]. По данным Министерства просвещения Российской Федерации, в период проведения летней оздоровительной кампании 2023 г.

(далее — ЛОК 2023) действовали 39,3 тыс. детских организаций отдыха (почти на 1 тыс. больше, чем в 2022 г.). Общий объем выделенных средств на реализацию ЛОК 2023 для всех субъектов Российской Федерации составил более 66 млрд руб. (в 2022 г. — более 61 млрд руб., в 2021 г. — около 52 млрд руб.) [2]. На создание некапитальных объектов и быстровозводимых конструкций отдыха детей был выделен 1 млрд руб., в том числе в рамках программы «Лето—детям».

Следующая устойчивая тенденция — снижение процентного соотношения отдохнувших детей в лагерях всех форм к общему количеству детей в России, что напрямую отражается на коэффициенте оздоровления и расценивается как отрицательный фактор. В 2023 г. на отдыхе побывало чуть меньше четверти детей школьного возраста. Число отдохнувших по России в 2023 г. более 5,2 млн детей в Новосибирской области 121,1 тыс., однако в данную статистику входят дети, которые проводили время в городских лагерях дневного пребывания (пришкольных лагерях). На данный момент в Новосибирской области 947 лагерей дневного пребывания, что составляет 94 % от общего числа лагерей.

Третьей тенденцией является увеличение числа палаточных лагерей как одного из высокоэффективных, экономически выгодных и востребованных форм организации детского отдыха и досуга. Так, в Новосибирской области в рамках программы «Лето—детям» в 2023 г. в Маслянинском и Новосибирском районах открылись три новых лагеря на 198 мест: детский лагерь «Цивилизация» (90 мест), палаточный лагерь «Спецназ дети. Новосибирск» (60 мест) и палаточный лагерь «ЮНАРМЕЕЦ», образованный на территории школы № 11 Шиловского гарнизона (48 мест).

Отмечена положительная динамика развития детского инклюзивного туризма, составления программ для организации полноценного отдыха и оздоровления детей-инвалидов и детей с ограниченными возможностями здоровья. В 2023 году детские лагеря посетили более 54 тыс. детей-инвалидов и 105 тыс. детей с ограниченными возможностями здоровья, было проведено 3,5 тыс. инклюзивных смен.

При внешнем росте официальных показателей (рост числа лагерей, количество отдохнувших детей) сохраняются весьма тревожные тенденции. Одна из основных — увеличение разрыва между количеством детей возраста 7–17 лет в Российской Федерации и общим числом оздоровленных детей. По данным Федеральной службы государственной статистики в Российской Федерации детей возраста 7–17 лет в 2022 г. — 18 904,5 тыс. чел., в 2023 г. — 19 692,5 тыс. чел. [4]. Согласно информации Роспотребнадзора РФ в 2022 г. не отдохнули 13 372,6 тыс. детей (на 657,7 тыс. человек больше), в 2023 г. — 14 030, 4 тыс. детей. Так, летняя оздоровительная кампания 2024 г. станет последним сезоном, когда количество детей возраста 7–17 лет будет примерно на таком же уровне. Далее произойдет снижение: в горизонте до 2032 г. — на 32,3 %.

Наблюдается увеличение стоимости услуг организаций детского отдыха в РФ при сокращении продолжительности смен (количество дней отдыха на одного ребенка в год). Стоимость платного отдыха в детских лагерях в 2023 г.

варьируется от 17 тыс. до 115 тыс. руб. за смену. Стоимость зависит от уровня услуг, количества дней смены и расположения детского центра.

Также эксперты подчеркивают нарастающий дефицит рабочей силы (трудовых ресурсов) в сфере детского туризма и отдыха при сохраняющемся невысоком уровне безработицы (3,1 % по состоянию на июнь 2023 г. и 3,9 % по состоянию на июнь 2022 г.) [1]. Стоит отметить, что сфера детского отдыха ограничена в возможности увеличения заработной платы персонала, поскольку муниципальные организации подчинены штатному расписанию и финансам муниципалитетов, а частные организации тому фактору, что при увеличении заработной платы повышается себестоимость путевки.

Следует охарактеризовать ряд предложений, направленных на совершенствование сферы детского отдыха и оздоровления.

Учитывая дефицит количества организаций отдыха детей и удорожание выездного туризма, целесообразно развитие и расширение круглогодичных лагерей, исходя из режима работы 12 месяцев, с высоким уровнем комфорта, с учетом особенностей отдельно взятых регионов. Необходимо, во-первых, отопление зданий в зимний период на удаленных от центральных сетей территориях. Корпуса могут быть связаны между собой наземными или надземными переходами. Во-вторых, во время зимнего сезона важно обеспечить детей увлекательными занятиями в помещении: технологический кластер (на основе профильных потребностей региона), образовательный кластер, спортивный кластер и медицинский кластер. Территория лагеря должна стать продолжением его концепции, что позволит организовать качественный детский досуг. Круглогодичный лагерь должен быть привязан к нескольким учебным учреждениям и принимать всех желающих по графику 2- или 3-недельных смен.

Следующее направление развития сферы детского отдыха предполагает разработку целевого национального проекта «Детский отдых, оздоровление и туризм». Выделяемые из федерального бюджета министерствам денежные средства покрывают только текущие проблемы. Низкий темп развития и исполнения назначенных средств может оказать отрицательное воздействие на совершенствование отечественного рынка туристских услуг. Необходимо провести диагностику реализации бюджета на цели национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и выделить определенные, требующее особого внимания сферы туристского рынка в отдельные федеральные проекты.

Исходя из анализа статистических данных и проведенного исследования, допустимо предположить ближайшие несколько лет развития сферы детского отдыха и оздоровления в РФ как потенциально благоприятные для полной перезагрузки системы и выведения на новый качественный уровень.

Список литературы

1. Безработица в России в июне достигла нового исторического минимума в 3,1 п. п. [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.interfax.ru/russia/914527> (дата обращения: 15.01.2024).

2. Материалы заседания Постоянной комиссии Генерального Совета ФНПР по социальным гарантиям: итоги детской ЛОК 2023 года и задачи на 2024 год [Электронный ресурс]. — URL: https://fnpr.ru/events/novosti-fnpr/materialy-zasedaniya-postoyannoy-komissii-generalnogo-soveta-fnpr-po-sotsialnym-garantiyam_2.html?ysclid=lspub2wcvu212346735 (дата обращения: 14.01.2024).
3. Тренды и тенденции в сфере детского отдыха [Электронный ресурс]. — URL: <https://roscamps.ru/science/trendy-i-tendencii-v-sfere-detskogo-otdyha/> (дата обращения: 12.01.2024).
4. Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту [Электронный ресурс]. — URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13284> (дата обращения: 18.01.2024).

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОМПАНИЙ ТУРИНДУСТРИИ В РОССИИ

М. З. Петрова, *обучающийся*, О. Р. Буката, *преподаватель-практик*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
buh-maria2018@mail.ru

Туристская сфера в условиях действия пандемии Covid-19, а затем и событий в феврале 2022 г., связанных с СВО на Украине, оказалась в числе наиболее пострадавших отраслей российской экономики. В статье рассматривается проблема формирования финансовой устойчивости туриндурии в современных рыночных условиях. Цель исследования — выявление факторов негативного влияния для решения важнейшей задачи обеспечения финансовой устойчивости туристической компании.

Ключевые слова: туриндурия, негативные факторы, туристическая компания, финансовая устойчивость.

Влияние мировых экономических тенденций, санкций, а также значительное замедление темпов экономического роста в РФ, начиная с февраля 2022 г., весомо отразились на состоянии многих российских компаний. «Многие отрасли пострадали не только в отношении недополучения прибыли, но и претерпели значимые структурные изменения. Оказалась под ударом финансовая устойчивость даже крупных промышленных предприятий, а многие более мелкие предприятия не смогли «выжить» в высоко конкурентной борьбе на рынке, так и не оправившись еще после пандемийного кризиса» [3, с. 376]. Эти процессы также отразились и на туристической сфере, что привело к ликвидации большого числа мелких туристических компаний и сильно ухудшило финансовую устойчивость крупных компаний в этой сфере. «Поскольку были закрыты границы (и до сих пор они остаются закрытыми для многих городов) для перелетов, это превратило туристскую отрасль не просто в убыточный бизнес, а в реально грозивший закрытием многих гостиничных предприятий, перевозчиков, турфирм» [1, с. 223]. Проблема финансовой устойчивости целой отрасли стоит как никогда остро в течение последних трех лет. Таким образом, необходимо систематизировать негативные факторы, которые наиболее отрицательно сказываются на финансовой устойчивости туристических предприятий в связи с обозначенными проблемами (рисунок).



Факторы негативного влияния на финансовую устойчивость в туристической отрасли
Примечание: составлено автором на основе [2], [3], [4]

Безусловно, макроэкономические факторы сыграли огромную роль в падении реальных объемов спроса в сфере туризма в РФ, равно как и финансово-экономические санкции. Однако следует отметить и внутренние структурные проблемы туристической отрасли, которые были и до пандемии и российско-украинского кризиса 2022 г. «Большинство туристических фирм не имеет реального капитала, наблюдается критическая закредитованность перед банками и партнерами, а также демпинг в случае острой нехватки денежного потока и закрытие просроченных обязательств поступлениями от новых клиентов, вывод денежных средств из бизнеса акционерами и др.». Данный подход способствует формированию «мыльных пузырей» в туристической отрасли России [2, с. 210].

Из-за макроэкономических и политических факторов финансовая устойчивость туристических компаний становится все более проблематичной. Однако помимо этих причин существуют и другие факторы, которые способствуют ухудшению ситуации.

Один из ключевых факторов ухудшения финансовой устойчивости отсутствие собственного капитала и финансовой подушки безопасности у большинства туристических компаний. По сути, схема финансирования деятельности туристической компании заключается в замещении одних оплат туров туристами другими оплатами последующими туристами (по аналогии с финансовыми пирамидами), а недостающая сумма в обороте покрывается посредством банковского кредитования, что является достаточно рискованной практикой и приводит к ухудшению финансовой устойчивости туристических компаний и прямой угрозе банкротства. Также на снижение финансовой устойчивости влияет ценовая политика, которая заключается в понижении цен на пакеты туров в надежде привлечь максимально возможное количество клиентов и увеличить продажи за счет роста скорости оборота реализации туров. Но, как правило, такая тактика оправдана только в краткосрочных периодах и реальную отдачу приносит, например, в сфере торговли реальными товарами.

Снижение рисков влияния обозначенных факторов должно проводиться на перманентной основе владельцами туристических компаний в целях повышения финансовой устойчивости и обеспечения горизонта непрерывности деятельности. «Для стабильного превышения доходов над расходами предприятие туристической отрасли должно обладать гибкой структурой капитала, гарантирующей сохранение платежеспособности» [4, с. 180].

Все негативные факторы влияния можно разделить на внешние — факторы макросреды, как правило, мало поддающиеся управлению и требующие адаптации компании к внешним угрозам. К ним можно отнести недобросовестную конкуренцию, превышение предложения над спросом на туристическом рынке, жесткие условия поставщиков туристических услуг, снижение уровня жизни населения, приводящее к сокращению расходов на путешествия и отдых, кризис доверия к туроператорам из-за большого количества банкротств на данном рынке в последние годы, запрет на выезд некоторых категорий граждан по причине санкционного режима, активный рост доли самостоятельного туризма для сокращения расходов на отдых и путешествия, высокий обменный курс в зарубежных странах, отсутствие возможности рассчитываться безналичным способом российских туристов — это основные угрозы, влияющие на финансовую устойчивость туристических компаний в России.

Внутренние факторы поддаются непосредственному влиянию и управлению в целях оптимизации текущей и стратегической деятельности туристической компании. К ним можно отнести низкую рентабельность туристического бизнеса, сокращение предлагаемых услуг по внешнему туризму, изменение структуры турпакетов, указанные выше проблемы с собственным оборотным капиталом и расчетами по причине ограниченности финансовых ресурсов, кадровая и инновационная политика.

Комбинация негативных внутренних и внешних факторов может снизить финансовую устойчивость туристических компаний и привести к регрессивной трансформации данной сферы. Большинство туристических компаний нашли выход в развитии внутреннего туризма, который способствует раскрытию туристско-рекреационного потенциала отдельных регионов и формированию устойчивой туристской инфраструктуры страны [5].

Анализ обозначенных факторов и выработка грамотной политики управления туристической компанией должны помочь уменьшить их риски потери финансовой устойчивости в нестабильные времена жестких ограничений и понижения экономического роста в стране.

Список литературы

1. Колесникова У. В. Развитие туристской сферы и проблема ее идентификации как отрасли экономики // *EurasiaScience*: мат. практ. конф., Москва, 30 июня 2020 года. — Москва : ООО «Актуальность.РФ», 2020. — С. 221–224.
2. Лихошерстова Г. Н. Проблемы развития туристской отрасли в условиях нестабильности // *Экономико-управленческий конгресс*. — Белгород : Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2020. — С. 209–212.
3. Пархоменко Н. А. Проблемы и перспективы развития туристской отрасли России в период санкций // *Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты*. — Курск : Юго-Западный государственный университет, 2022. — С. 375–378.
4. Черанева М. Э. Современное состояние, проблемы и перспективы туристской отрасли // *Проблемы и перспективы развития туризма*. — Грозный : Чеченский государственный университет им. А. Кадырова, 2022. — С. 178–180.
5. Мытарева Е. А., Шамрай И. Н., Еловская М. Н., Черных С. А. Применение метода районирования при оценке туристско-рекреационного потенциала сельских территорий Новосибирской области // *Научные исследования и разработки. Экономика*. — 2023. — Т. 11, № 5. — С. 11–20.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛЫХ ОТЕЛЕЙ ГОРОДА НОВОСИБИРСКА

В. Г. Сахарова, *обучающийся*, Е. Н. Осипова, *канд. техн. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ch_market@sibupk.nsk.su

В данной работе рассмотрены организационные основы деятельности малых отелей и особенности их функционирования. Цель исследования — изучить сложившуюся ситуацию на рынке услуг Новосибирска, выявить особенности функционирования малых отелей города.

Ключевые слова: малый отель, организационная структура, рейтинг.

В настоящее время на рынке индустрии гостеприимства существует достаточно много предложений по оказанию услуг проживания. Малый гостиничный бизнес пользуется не менее высоким спросом в сравнении с большими и узнаваемыми компаниями. Малые отели — важная составляющая гостиничной сферы и сферы туризма, такие гостиницы используют стратегию, которая обеспечивает комфортное размещение для всех гостей и удовлетворяет потребности каждой категории потребителей.

Актуальность данной темы связана с тем, что в современном мире достойное качество обслуживания — залог успеха предприятия. Малый гостиничный бизнес обретает рост и развитие, но также существует и ряд проблемных вопросов в отношении управления, а также соотношения цены и качества.

Малый отель — средство размещения с количеством номеров до 50, предназначенное для временного проживания туристов.

Деятельность гостиничного предприятия определяется его организационной структурой, закладывающей основу модели управления им [1]. Состав сотрудников в малом отеле чаще всего небольшой, где управляющий может иметь много обязанностей по разным должностям. Такая структура обеспечивает оперативную коммуникацию, что позволяет быстро принимать решения, гибко управлять отелем и правильно реагировать на проблемные вопросы. В связи с небольшим штатом сотрудников персонал обычно выполняет несколько функций, соответственно, от каждого члена команды требуется широкий спектр знаний и навыков, поэтому необходимо непрерывно обучать персонал стандартам обслуживания.

Малые отели, как правило, используют гибкую ценовую политику, они способны иметь постоянную загрузку номерного фонда, так как для любого потребителя найдется подходящий вариант проживания по привлекательной цене.

Финансовое администрирование отеля, т. е. управление и контроль за финансовыми ресурсами отеля, обеспечивает в основном владелец отеля, осуществляющий основные, производные функции финансового управления [3].

В Новосибирске существует множество вариантов размещения в малых отелях, которые предлагают своим гостям различные услуги и цены. Спрос на проживание в малых отелях растет. Это связано с тем, что малые отели

располагают более низкими ценами и при этом не менее комфортными условиями, а также индивидуальным обслуживанием.

В Новосибирске можно насчитать около 150 малых отелей и хостелов. Как следствие, конкуренция на рынке гостиничных услуг у малых отелей становится все более напряженной.

Был проведен рейтинг отелей за 2023 год. В рейтинге представлены классифицированные отели на территории Новосибирска. В рейтинг вошли 6 малых отелей. В таблице представлена оценка самых рентабельных малых отелей на сайтах-агрегаторах и средневзвешенная оценка, а также цена за ночь с завтраком на одного человека и расстояние от центра (таблица). Популярность оценивалась по количеству оставленных отзывов.

Оценка малых отелей Новосибирска

№	Отель	Номерной фонд	Оценка				Цена за ночь, руб.	Расстояние от центра, км
			средневзвешенная	Tripadvisor	Google Путешествия	Яндекс Путешествия		
1	«Добролюбов», 3*	28	4,65	–	4,4	4,9	3000	3,2
2	Abnicum, 4*	29	4,57	4,5	4,2	5	4283	9
3	«Барракуда», 3* (Хмельницкого)	22	4,53	4,5	4,4	4,7	4100	9,5
4	«Барракуда», 3* (Менделеева)	36	4,47	4,5	4,3	4,6	4037	8,9
5	«Гостиный Двор», 3*	35	4,33	4	4,5	4,5	2700	5
6	«Перекресток», 3*	16	4,33	4	4,5	4,5	3900	3,8

По данным таблицы можно сделать вывод, что отели находятся в одной ценовой категории и с примерно одинаковой средневзвешенной оценкой.

Целевая аудитория малых отелей — в первую очередь туристы и путешественники. На втором месте бизнес-клиенты. Также малые отели занимают семьи с детьми и временные жители города.

Спрос на услуги малых гостиниц обычно высок летом при туристических поездках, а также на новогодние и майские праздники. Спрос может увеличиться с февраля по апрель и с сентября по ноябрь за счет деловых мероприятий, проводимых в Новосибирске.

Малые отели в Новосибирске подразделяются на пансионаты, гостевые дома, апартаменты, мотели, хостелы, гостевые комнаты.

Категории номеров в малых отелях в основном подразделяются на стандартные (одноместные, двухместные), улучшенные номера, номера люкс и апартаменты.

Цены на малые отели разные. Стоимость зависит от места расположения, класса, удобств и услуг. В среднем цены в бюджетном отеле от 1000 до 1500 руб. В отелях класса выше от 2000 руб. и более в зависимости от категории номера.

Для гостей, ищущих более презентабельные варианты, предлагаются номера в отелях по ценам от 4 тыс. руб. Для долгосрочного проживания гостей чаще всего в малых отелях действуют специальные предложения, которые предполагают скидку. Необходимо отметить, что цены меняются от сезона, праздничных периодов, а также от других внешних факторов.

Конкурентная ситуация на рынке малых отелей достаточно высокая. Главная цель любого гостиничного предприятия — победа в конкурентном противостоянии и завоевание конкретных потребителей [2]. С появлением большого количества малых отелей конкуренция ужесточается, организациям становится сложнее удержать своих гостей. Каждая гостиница продумывает свои индивидуальные стратегии для продвижения на рынке, что помогает оставаться на уровне и сохранять свою уникальность по сравнению с конкурентами.

Таким образом, малые отели обладают некоторыми особенностями, которые могут оказаться преимуществами при выборе отеля для комфортного проживания и хорошей атмосферы. Это позволяет им непрерывно развиваться и удерживаться на плаву в условиях современной рыночной ситуации индустрии гостеприимства. Малые отели привлекают значительный сегмент потребителей. Спрос на их услуги в Новосибирске в течение всего года в основном стабилен. В городе представлено большое количество разнообразных мест для размещения, которые могут подойти абсолютно каждому, все отели разные и располагают разными удобствами.

Список литературы

1. Джум, Т. А., Ольшанская, С. А. Организация сервисного обслуживания в туризме : учебное пособие / Т. А. Джум, С. А. Ольшанская. — Москва : Магистр, 2019. — 198 с.
2. Коновалова, Е. Е. Разработка и практика внедрения стратегических управленческих проектных решений по развитию гостиничного и туристского бизнеса: материалы Междунар. науч.-практ. конф.: 27 сентября 2019 г. / под ред. Е. Е. Коноваловой / Е. Е. Коновалова. — Москва : Русайнс, 2019. — 264 с.
3. Николенко, П. Г., Гаврильева, Т. Ф. Предпринимательская деятельность в сфере гостиничного бизнеса: администрирование отеля : учебник / П. Г. Николенко, Т. Ф. Гаврильева. — Москва : Юрайт, 2023. — 229 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СФЕРЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

К. В. Сойма, *обучающийся*, С. А. Баркова, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ssmod10@yandex.ru

В статье рассматриваются возможности применения искусственного интеллекта (ИИ) в гостиничном бизнесе. Проводится изучение многообразия вариантов использования искусственного интеллекта в разных направлениях бизнеса, таких как улучшение качества обслуживания гостей, оптимизация бизнес-процессов, анализ данных и персонализация услуг. Анализируются различные технологии ИИ, такие как машинное обучение, обработка естественного языка и аналитика данных. Приводятся примеры успешной реализации ИИ в гостиничной индустрии для повышения эффективности бизнеса и уровня удовлетворения клиентов.

Ключевые слова: искусственный интеллект, гостиничный бизнес, современные технологии, роботы-помощники.

Цель исследования — проведение анализа и определение проблем и перспектив применения технологий искусственного интеллекта (ИИ) в сфере гостиничного бизнеса.

Объект исследования — современные технологии в гостиничном бизнесе.

Новизна исследования заключается в комплексном рассмотрении возможностей ИИ в гостиничной сфере.

Гостеприимство представляет собой предпринимательскую деятельность, целью которой является удовлетворение потребностей путешественников, предпринимателей, корпоративных клиентов, частных лиц и отдыхающих.

Гостиничная отрасль в России представляет собой выдающийся пример стремительно развивающегося сектора коммерческих структур, активно конкурирующих за свою долю на рынке гостиничных услуг.

Применение ИИ в гостиничном секторе открывает новые горизонты для улучшения обслуживания гостей и создания персонализированных решений.

Искусственный интеллект помогает оптимизировать управление доходами, обслуживание гостей и автоматизацию повседневных операций, начиная с процесса бронирования и заканчивая предоставлением дополнительных услуг.

Исследование внедрения ИИ в сфере гостеприимства выявило два ключевых направления.

Первое ориентировано на улучшение удовлетворённости клиентов, освобождая их от необходимости обращения к сотрудникам отеля и экономя их время с помощью индивидуального обслуживания. Это направление включает в себя [1]:

— виртуальный помощник: предоставляет беседы или контекстную поддержку, информируя гостей об услугах отеля;

- максимальное самообслуживание: оптимизированный процесс регистрации и доступа в номер с помощью биометрических киосков саморегистрации и электронных ключей;

- управление устройствами номера: возможность управлять бытовой техникой, освещением и температурой в номере с помощью интеллектуальных дисплеев или систем распознавания голоса.

Второе направление охватывает программные системы, разработанные для:

- управления репутацией: формирование позитивного имиджа отеля с помощью высококачественного контента, блогов, анализа отзывов и взаимодействия с клиентами в онлайн-пространстве;

- оптимизации доходов: прогнозирование спроса, моделирование поведения потребителей и установление оптимальных цен в заданный период на основе анализа больших объёмов данных;

- оперативной аналитики: применение аналитических инструментов для оценки эффективности повседневных операций отеля в режиме реального времени;

- подбора персонала: оптимизация процесса найма для обеспечения более эффективного отбора сотрудников.

Сообщества отельеров по всему миру стараются идти в ногу со временем и внедряют в работу своих отелей ИИ, выбирая именно то, что соответствует заданным требованиям. Одним из успешных примеров использования ИИ в работе отеля служит отель *Cosmopolitan* в Лас-Вегасе, в работе которого используется новаторская технология ИИ-консьерж по имени Роуз [2]. Этот виртуальный помощник работает круглосуточно, главной его функцией является работа с гостями отеля по предоставлению им необходимой информации об отеле и его окрестностях. Также Роуз обучен и другим функциям, как, например, доставка еды в номер постояльца.

Меган Доусон — руководитель проекта — отмечает, что Роуз не просто робот, а полноценный работник отеля, который разделяет ценности компании и транслирует их в работе с клиентами.

Но помимо роботов-помощников ИИ также обеспечивает взаимодействие с клиентами через сервисы отзывов. Так, бренд отелей *Dorchester Collections* использует ИИ для автоматизации сбора, анализа и хранения информации из разных онлайн-источников. Это позволяет анализировать отзывы клиентов отеля и работать над репутацией.

Несмотря на то, что ИИ сейчас играет значительную роль не только в сфере гостиничного бизнеса, его использование не всегда обеспечивает положительные результаты.

Одним из примеров неудачного использования ИИ в работе служит эксперимент, проведённый в одном из отелей Японии, главной задумкой которого являлась полная роботизация. В 2015 г. в Японии открылся первый отель, работниками которого стали исключительно роботы. Они были запрограммированы на конкретные функции в работе с клиентами, однако спустя время не только гости отеля, но и руководство начали отмечать, что роботы не справляются со своими задачами даже по прошествии двух лет их обучения и эксплуатации

в реальных условиях. Например, робот-помощник будил постояльцев фразой «Чем я могу помочь?», принимая храп за обращение.

Передовая идея потерпела фиаско, о чём после напишет *The Wall Street Journal*, отметив, что эксперимент оказался неудачным. И в 2019 г. руководство отеля примет решение о сокращении количества роботов в 3,5 раза, заменив их людьми [3].

Вторая проблема, вставшая перед руководством отеля, заключалась в том, что вместо сокращения затрат на заработную плату сотрудников отель нёс значительные расходы на обслуживание всех систем безопасности и роботов, что сделало саму идею абсолютной роботизации нерентабельной.

Проблемы использования ИИ в работе отеля:

- сбой в работе чат-роботов при ответах на вопросы постояльцев;
- ограничение социального взаимодействия, которое может вызвать дискомфорт у некоторых постояльцев отеля;
- утечка личной информации постояльца во время сбоев в работе роботов;
- отсутствие стандартов роботизированных систем и их несовместимость друг с другом;
- дефицит квалифицированных кадров для работы и обслуживания систем ИИ;
- волнения среди персонала из-за опасений потери рабочих мест;
- дополнительные финансовые затраты на интеграцию систем ИИ в работу отеля.

Для эффективной работы ИИ внедрение роботизированных систем должно соотноситься не только с корпоративными ценностями организации и имеющимися ресурсами, но также и с потребностями отеля и его постояльцев. Поскольку рынок гостеприимства находится в постоянной динамике, внедрение и эффективное использование искусственного интеллекта становится неотъемлемой частью конкурентоспособности любого отеля.

Несмотря на то, что ИИ помогает в оптимизации бизнес-процессов, не стоит забывать о том, что он является вспомогательным инструментом в работе человека. А значит, одним из ключевых факторов успеха использования ИИ является опыт и квалификация сотрудника для взаимодействия с роботизированными системами.

В связи с этим перед принятием решения о приобретении и внедрении систем ИИ в работу в сфере гостеприимства, особенно если речь идёт о сетевой структуре, необходимо проанализировать потенциальные проблемы, с которыми столкнётся руководство компании или сети.

Список литературы

1. Ешмеков, А. Тренды гостиничного бизнеса в 2024 году / А. Ешмеков [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.travelline.ru/blog/trendy-gostinichnogo-biznesa-v-2024-godu> (дата обращения: 21.04.2024).

2. Бувич, А. Отель-нейросеть: как искусственный интеллект положил начало новой эры гостеприимства / А. Бувич [Электронный ресурс]. — URL: <https://digitaldeveloper.ru/blog/tpost/ue4dgorss1-otel-neiroset-kak-iskusstvennii-intellek> (дата обращения: 20.04.2024).
3. Искусственный интеллект для отелей 9 тенденций, которые нужно знать [Электронный ресурс]. — URL: <https://librahospitality.com/company/news> (дата обращения: 20.04.2024).

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ВОСТОЧНОМ КАЗАХСТАНЕ

А. Д. Ушакова, *обучающийся*, Е. В. Храмова, *обучающийся*,
О. В. Балашова, *старший преподаватель*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
Ks1980@mail.ru

В данной работе рассмотрены проблемы развития туризма в Восточном Казахстане. Цель исследования состоит в том, чтобы проанализировать природно-рекреационные ресурсы и туристический потенциал районов Восточно-Казахстанской области, так как в настоящее время большое внимание уделяется проблеме развития туризма в Казахстане.

Ключевые слова: туризм, рекреация, туристские ресурсы, туристско-рекреационный потенциал.

В настоящее время в Казахстане особое внимание стали уделять проблемам развития туризма. Приоритетом у государства стоит задача создания условий для развития сначала внутреннего, а затем въездного туризма. Очень важно удовлетворять потребности в отдыхе и оздоровлении жителей страны.

В данный момент одна из важных задач в развитии внутреннего туризма — это инвентаризация туристско-рекреационных ресурсов.

Однако, несмотря на большое количество природных ресурсов, развитие туризма протекает медленно, причина этому — множество факторов, которые возможно решить только на государственном уровне.

Цель работы — проанализировать природно-рекреационные ресурсы и туристический потенциал районов Восточно-Казахстанской области, так как в настоящее время акцентирована проблема развития туризма в Казахстане.

Компоненты инфраструктуры туризма могут включать следующие элементы:

1. Предприятия размещения: гостиницы, хостелы, кемпинги, апартаменты и другие объекты, предназначенные для временного проживания туристов. Далее (на рисунке) будут приведены данные о средствах размещения для туристов в регионе. Высокий балл будет означать положительную обстановку для осуществления своего туристского продукта.

2. Субъекты туристской индустрии: туристические агентства, гиды, экскурсии и другие услуги, которые помогают туристам организовать свой отдых (приведено количество турфирм и туроператоров, чья деятельность направлена на этот регион).

3. Туристские направления: могут быть различными в каждом регионе и зависеть от его природных, культурных и исторических особенностей.

Все субъекты находятся в тесной взаимосвязи, ибо трудно представить, что человек, не видевший и не слышавший рекламы того или иного курорта или места отдыха, соберется поехать туда, и не воспользуется услугами транспортных предприятий или же не воспользуется услугами предприятий размещения.

Графа с показателями средств размещения 1,8 говорит о малочисленных местах, куда можно заселить туристов, район не предназначен для комфортного отдыха в гостинице, кемпинге или базе отдыха. Показатель субъектов 1,9 означает заинтересованность внутренними туроператорами. Действительно, в этом регионе проводят туры выходного дня либо многодневные, но палаточные ночевки (рис. 1).

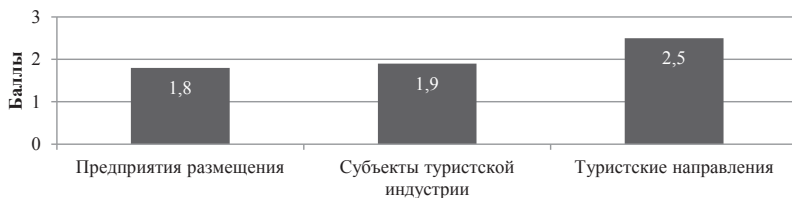


Рис. 1. Средний показатель инфраструктуры

Показатели средств размещения в районе **Катон-Карагай** находятся на среднем уровне 3 балла, это неплохой показатель, есть с чем работать. Но при высокой загруженности может не хватить мест.

Достаточно высокая конкуренция, анализ внутреннего туроператора и экскурсионных бюро показал 3,6 балла. Множество видов туризма уже осуществляется в этом регионе: если делать продукт именно по тому направлению, то он должен иметь серьезные конкурентные преимущества (стоимость, авторитет туроператора, качество предоставляемых услуг). Общая динамика компонентов на рис. 2.

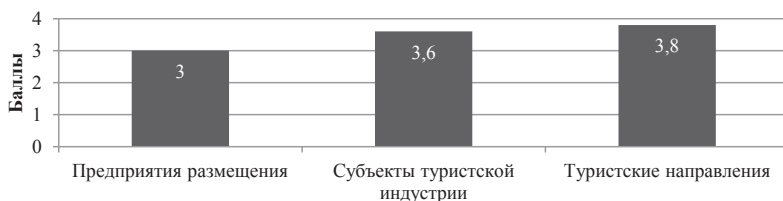


Рис. 2. Средний показатель инфраструктуры

В данном районе совсем небольшие показатели как средств размещения (1,5), так и заинтересованности туроператорами — 1,3. Но в то же время это направление вполне пригодно для однодневных туров. В этом районе большое разнообразие рельефа и расположение заказника регионального уровня **Байча**, что является точкой притяжения туристов. Направление малоосвоенное, можно попробовать запустить как тур выходного дня. Общая динамика компонентов на рис. 3.



Рис. 3. Средний показатель инфраструктуры

В районе Тургусун средний балл оценки компонента средств размещения равен 3 баллам. Это неплохой показатель, в этом районе достаточно баз отдыха, и многие туроператоры работают с этим маршрутом. Но количество направлений скудное, по нашему мнению, туроператоры используют не весь туристический потенциал **Тургусунского района**. Общая динамика компонентов на рис. 4.

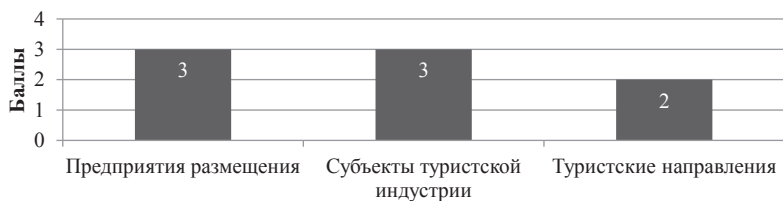


Рис. 4. Средний показатель инфраструктуры

Абайский район тоже имеет средние показатели средств размещения 3 и заинтересованных туроператоров 3 балла: такая же проблема, как и в Тургусунском районе, — недостаток видов туризма.

Район является богатым историческим и культурным наследием, а также богат природным потенциалом, что позволяет развивать различные виды туризма, такие как исторический, культурный, экологический, охотничий, рыболовный и т. д. Общая динамика компонентов на рис. 5.

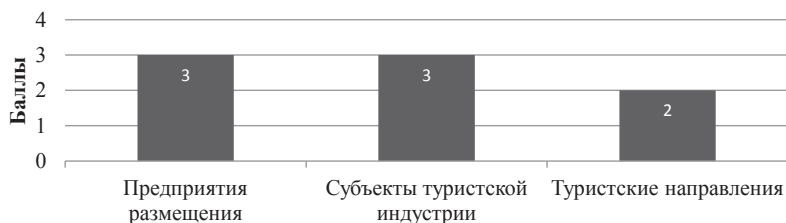


Рис. 5. Средний показатель инфраструктуры

С помощью балльной системы была оценена значимость каждого ресурса в баллах, а затем средняя сумма «значимостей» всех имеющихся в регионе видов ресурсов с учетом «весов» величин их запасов. Оценки позволяют учитывать относительную величину, различия в территориальных сочетаниях природных ресурсов и особенности освоения конкретной территории.

Необходимо подчеркнуть, что природно-ресурсный потенциал региона изменяется в процессе природопользования, что обусловлено как истощением отдельных видов природных ресурсов и нерациональностью их использования, так и целенаправленной деятельностью человека по их восстановлению и улучшению (посадка лесов, устройство гидросооружений, мелиорация земель и т. п.).

Вывод. Каждый регион Восточного Казахстана пригоден для развития туристской отрасли за счет богатого природного ресурса, но имеет проблемы с инфраструктурой, которые можно разрешить только на региональном уровне.

Необходимо направить свои силы на один регион для создания жизнеспособного туристского направления, что в будущем может привлечь внимание регионального управления, инвесторов и станет хорошим стартом для развития малого бизнеса.

На данном этапе отдается предпочтение Катон-Карагаю. Этот район действительно богат на природные памятники и является главной точкой притяжения в области. Однако географически Катон-Карагайский район граничит с Курчумом, где тоже находится один из важнейших природных достопримечательностей Киин-Кериш, поэтому программа разработанного тура будет охватывать два региона, чтобы соединить несколько интересных мест в одном путешествии.

Список литературы

1. Ивлиева, О. В. Теория и практика экологического туризма : учебное пособие / О. В. Ивлиева; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. — 86 с.
2. Лебедева Ю. А. Организация мониторинга качества тур. услуг на муниципальном уровне : монография / Ю. А. Лебедева — Чебоксары : ИД «Среда», 2020. — 132 с.
3. Остроумов, О. В. Туризм. Продвижение российского турпродукта: возможности и реальность : учебно-методическое пособие / О. В. Остроумов; под. ред. Ю. С. Пурика. — Москва : Финансы и Статистика, 2021. — 128 с.
4. Состояние, проблемы и перспективы развития инфраструктуры туризма в республике Казахстан [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanieproblemyiperspektivyrazvitiyainfrastruktururyturizmavrespublikekazahstan1> (дата обращения: 11.02.24).
5. Сбалансированное природопользование в регионах ВКО [Электронный ресурс]. — URL: https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01_002_313_552 (дата обращения: 11.02.24).

СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ДЕЛОВЫХ ОТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ ГОРОДА НОВОСИБИРСКА

Д. К. Чермаков, *обучающийся*, Е. Н. Осипова, *канд. техн. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ch_market@sibupk.nsk.su

В данной статье рассматриваются особенности функционирования деловых отелей на рынке гостиничных услуг г. Новосибирска; понятие бизнес-отелей, основные требования к ним. Проводится сравнение крупных отелей г. Новосибирска по бизнес-услугам и предложены рекомендации по совершенствованию функционирования деловых отелей.

Ключевые слова: бизнес-отель, деловые отели, Новосибирск, бизнесмены, бизнес-услуги.

На сегодняшний день современные гостиничные предприятия предоставляют не только место проживания, но и место для проведения различных мероприятий для таких категорий гостей, которые приезжают в командировку по рабочим вопросам, — такую категорию гостей принято называть бизнесмены, деловые люди.

Актуальность данного исследования, заключается в необходимости изучения специфики функционирования деловых отелей на рынке гостиничных услуг на примере г. Новосибирска, создания комфортных условий для гостя, повышения уровня отелей и увеличения их прибыли.

Целью данного исследования являются рекомендации по функционированию деловых отелей на примере г. Новосибирска.

Методы исследования: наблюдение, обобщение, синтез, анализ, сравнительный анализ.

Новосибирск — это крупный город, является третьим по численности в Российской Федерации.

Новосибирск считается деловым, транспортным, культурным и промышленным городом. Известен как самый быстрорастущий город в России, в котором расположен самый длинный метрополитен и самый большой в России оперный театр.

Люди приезжают в этот город с абсолютно разными целями, кто-то проездом, кто-то посмотреть на сам город, на достопримечательности, посетить оперный театр, посмотреть Обское море, отведать сибирскую кухню в ресторанах города, посмотреть соревнования, проходящие в новой ледовой арене и т. д. [3].

В основном в г. Новосибирск приезжают такие категории гостей, как бизнесмены и путешественники, нередко можно встретить VIP-гостей, это могут быть спортсмены или звезды шоу-бизнеса.

Выбирая себе ночлег, место, где могут остановиться туристы, нужно оценивать гостиничную индустрию города Новосибирска. На сегодняшний день (2024 год), в Новосибирске имеются следующие виды отелей, в которых может

остановиться гость/турист, это: хостелы — 66, отели — 227, апартаменты — 123, санатории, профилактории — 32, прочие средства размещения — 26.

Таким образом, в Новосибирске больше всего отелей в сравнении с другими средствами размещения.

Рассматривая гостиничную индустрию Новосибирска, важно учитывать не только самые популярные отели, но и средства размещения бюджетной категории. Люди разные и приезжают в этот город с разными потребностями: кто-то желает остановиться в 5- и 4-звездочном отеле, а кто-то желает остановиться в хостеле. В Новосибирске хостелов достаточно много, они расположены как в центре, так и на окраине города.

Так как г. Новосибирск является деловым городом, куда в основном приезжают бизнесмены, первое, о чем задумывается такой гость, — это выбор средства размещения, который подойдет под его потребности и предпочтения [2].

Деловые люди — такая категория гостей, которым важен не только комфорт в номерах, но и все необходимые услуги.

Бизнес-отель — это отель, который обслуживает деловых туристов.Guests, которые приезжают в командировку, по рабочим вопросам, а также с целью проведения конференции. Основные требования, которые выдвигают к таким отелям, это возможность проведения конференции в самой гостинице, предоставление комнат для переговоров, конференц-залов, а также предоставление необходимого технического оборудования (компьютеры, проекторы, электронные доски, микрофоны, т. д.), канцелярии (блокноты, ручки), услуг переводчика и банкетное обслуживание — кофе-брейк (кофе, чай, легкие закуски) [1, с. 90].

Главная особенность функционирования бизнес-отелей заключается в предоставлении всех необходимых бизнес-услуг, которым может воспользоваться гость отеля, и качественная работа персонала отеля. Помимо этого, в номере такого гостя должен быть удобный рабочий стол для работы, высокоскоростной интернет, хорошее освещение и т. д. Важно отметить, что в особенности функционирования бизнес-отелей важна сама работа отеля, подготовка к мероприятию, которое бронирует гость, — это действия, которые направлены на подготовку мероприятия в целом, начиная с бронирования и заканчивая банкетным обслуживанием [5].

Преимущество деловых отелей для бизнес-туристов заключается в том, что гостям отеля не нужно искать место для проведения мероприятий, отдельное место, здание, какие-либо отдельные помещения, предоставляемые другими организациями, — все это можно провести в самой гостинице [4].

Рассмотрев требования, преимущества бизнес-отелей и их функционирование, важно провести сравнение крупных отелей г. Новосибирска по основным критериям (бизнес-услугам), таких отелей, как: Domina, Hilton, Cosmos, Grand Autograph. Все отели предлагают основной набор бизнес-услуг, это комната переговоров, предоставление канцелярий, кофе-брейк, бизнес-ланч, доступ в интернет, номера с хорошей шумоизоляцией и т. д. Но в некоторых отелях отсутствуют: услуги переводчика (Hilton и Cosmos), аренда машины (Cosmos и Domina).

Таким образом, каждый отель имеет свои преимущества в предоставлении бизнес-услуг. Наиболее привлекательными в предоставлении бизнес-услуг являются такие отели, как Grand Autograph и Hilton.

Рассмотрев услуги для бизнес-гостей, необходимо учитывать наполняемость конференц-залов и их оборудования, так как деловые гости, прибывающие в командировку, по рабочим вопросам, могли организовать конференцию и другие бизнес-мероприятия. На официальных сайтах рассматриваемых отелей представлена вся необходимая информация про конференц-залы (стоимость, вместимость, площадь и оборудование). В основном стоимость аренды конференц-залов — от 20 до 70 тыс. рублей, все зависит от количества человек на мероприятии и от конкретного типа зала. Большое конкурентное преимущество по наполняемости и вместимости конференц-залов у отелей Hilton и Grand Autograph.

Проанализировав услуги и конференц-залы для проведения мероприятий, предоставляемых в крупных отелях, проведем анализ положительных и отрицательных отзывов гостей на сайтах Яндекс.Отзывы и 2ГИС в период 01.08.2023 – 10.02.2024.

Исходя из рассматриваемых четырех отелей в качестве положительных отзывов, выделяют следующее: качественное обслуживание, отличное месторасположение отеля, хорошее питание, отличная организация кофе-брейка, конференции, все необходимые услуги, которые могут понадобиться для бизнес-гостей.

Из отрицательных отзывов в крупных отелях:

1. Отель Domina Novosibirsk: неприветливый персонал, плохая уборка в номерах.
2. DoubleTree by Hilton Hotel Novosibirsk: проблемы с парковкой, плохая уборка помещений.
3. Cosmos Novosibirsk Hotel: высокие цены, плохая шумоизоляция, проблемы с парковкой.
4. Grand Autograph Hotel Novosibirsk: часто не работает бассейн, устаревший интерьер, завышенная цена.

На основании проведенного анализа по бизнес-услугам и отзывам гостей были выявлены основные недостатки деловых отелей г. Новосибирска. Основные недостатки в обслуживании деловых гостей: отсутствие услуги переводчика, отсутствие аренды машины.

Для устранения недостатков можно порекомендовать следующие предложения для совершенствования функционирования деловых отелей на рынке гостиничных услуг г. Новосибирска:

1. Добавить услугу личной переводчика (отелям DoubleTree by Hilton Hotel Novosibirsk и Cosmos Novosibirsk Hotel).
2. Рекламные буклеты, бизнес-пакеты для деловых гостей (отелям DoubleTree by Hilton Hotel Novosibirsk и Grand Autograph Hotel Novosibirsk).
3. Добавить услугу аренда автомобиля (отелям Cosmos Novosibirsk Hotel и Domina Novosibirsk).
4. При повторном бронировании мероприятий заказчикам предоставить небольшую скидку, например в 5 %, или в подарок организация кофе-брейк в перерывах между мероприятиями.

Реализуя предложенные рекомендации по функционированию деловых отелей в городе Новосибирске, будет повышаться рейтинг отеля, уровень обслуживания, что приведет к увеличению потока гостей, желающих провести деловые встречи, мероприятия в отеле.

Можно с уверенностью сказать, что город Новосибирск является деловым городом как центр делового туризма Сибири. Гостиничный бизнес города Новосибирска стремительно расширяется, с каждым годом появляются новые услуги, фишки в отелях: например, в отеле Mitotel, в номерах категории «люкс» и «премиум» появился Яндекс.Станция с голосовым помощником «Алиса». В отеле Grand Autograph ввели услугу — очки виртуальной реальности. В Новосибирске сейчас строится множество отелей, хостелов, апарт-отелей, которые в дальнейшем будут пользоваться спросом и принесут гостиничному предприятию большую прибыль.

Список литературы

1. Фаустова, Н. В. Организация и специфика предоставления гостиничных услуг в гостиницах : учебное пособие / Н. В. Фаустова. — Москва : Юрайт, 2021. — 188 с.
2. Гостиничный рынок города Новосибирска [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sovremennogo-sostoyaniya-gostinichnogo-rynka-novosibirska/viewer?ysclid=lp06maq9f439003105> (дата обращения: 10.02.2024).
3. Специфика функционирования деловых отелей [Электронный ресурс]. — URL: <https://prepod24.ru/readyworks/231295/> (дата обращения: 05.02.2024).
4. Деловой туризм [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-otel-kak-chast-infrastruktury-delovogo-turizma/viewer> (дата обращения: 05.02.2024).
5. Исследование рынка гостиничных услуг г. Новосибирска [Электронный ресурс]. — URL: <https://student.zoomru.ru/tur/issledovanie-rynka-gostinichnyh-uslug-g/302393.3574406.s7.html> (дата обращения: 10.02.2024).

НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЙ ТУРИЗМ В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

А. А. Чирцова, *обучающийся*, Ж. П. Шнорр, *д-р экон. наук, доцент*
Новосибирский государственный университет экономики и управления
«НИНХ» (НГУЭУ), г. Новосибирск, Россия
chirtsovaangelina@mail.ru

В данной статье рассматривается развитие научно-популярного туризма на территории Новосибирской области (НСО), способствующее укреплению имиджа региона и привлечению туристского потока. *Цель исследования* — выявление проблем и возможностей становления научно-популярного туризма в Новосибирской области. Результаты исследования позволяют определить перспективы совершенствования научно-популярного туризма в Новосибирской области и предложить рекомендации по его улучшению.

Ключевые слова: индустрия туризма, научно-популярный туризм, Новосибирская область, проблемы, возможности, сфера услуг.

В последнее десятилетие внутренний туризм в Российской Федерации активно развивается, играет одну из ключевых ролей в становлении экономики страны. Стимулом к развитию научно-популярного туризма (далее — НПТ) послужил указ Президента РФ В. В. Путина об объявлении периода 2022–2031 гг. десятилетием науки и технологий [1]. В результате на российском рынке возник относительно новый вид туристской специализации — научно-популярный туризм.

Министерство науки и образования РФ разработало программный документ «Концепция научно-популярного туризма в РФ до 2035 года» в целях популяризации науки среди молодых людей и повышения доступности информации о перспективах и достижениях научной деятельности в РФ [2]. Из данного документа следует, что научно-популярный туризм — это «временные поездки людей с постоянного места жительства в целях выполнения деловых задач или получения знаний, которые включают в себя посещение объектов научной инфраструктуры» [2].

Вышеперечисленные события свидетельствуют о том, что на федеральном уровне заинтересованы в развитии НПТ. Актуальность исследования заключается в том, чтобы проанализировать региональную специфику данного вида туризма и предложить рекомендации по совершенствованию НПТ на примере Новосибирской области.

Для достижения поставленной цели были применены следующие *методы*: анализ, синтез, дедукция, сравнение, контент-анализ сайтов и другие.

Каждый субъект нашей страны обладает определенным туристско-рекреационным потенциалом. Новосибирская область является крупнейшим научным и инновационным центром России. В рамках мероприятий десятилетия науки и технологий Новосибирская область выбрана одним из 10 пилотных

регионов для развития научно-популярного туризма в России. Для того, чтобы реализовать поставленную задачу, необходимы финансовые ресурсы. Отметим, что за три года объемы финансирования науки в Новосибирской области возросли в два раза до 2,1 млрд руб., что следует оценить положительно [3].

Реестр объектов научно-популярного туризма в Новосибирской области включает 28 элементов инфраструктуры, которые можно разбить на 6 разделов объектов НПТ [4].

Музеи	Научно-исследовательская инфраструктура образовательных организаций высшего образования	Наукограды
Научные объекты, научно-исследовательские институты	Места проведения полевых научных исследований	Научно-производственные учреждения

Объектами НПТ являются организации, осуществляющие научно-исследовательскую, образовательную, просветительскую или высокотехнологичную производственную деятельность. Данные объекты научной инфраструктуры включаются в маршруты для научно-популярного туризма.

Импульсом для формирования научно-популярного туризма в НСО дают наличие наукограда Кольцово и Академгородка. В настоящее время в Новосибирской области утверждены Координационным советом по делам молодежи в научной и образовательной сферах при Президенте РФ 5 специализированных научно-популярных маршрутов: «Нескучно-научно», «Путешествие в науку. Науки о Земле и ее обитателях», «Ядерная физика, космос и авиация», «Коротко о научном», «Научный Новосибирск» [5]. Данные туры подойдут для разной целевой аудитории, интересующихся наукой. Научный тур продолжительностью 4 дня «Тропой науки. Новосибирск» планируется включить в перечень национальных брендовых туристических маршрутов [5].

Для исследования перспектив развития НПТ в Новосибирской области проведем SWOT-анализ, представленный в таблице.

SWOT-анализ развития научно-популярного туризма в Новосибирской области

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Богатая материально-техническая база и научное наследие. 2. Развитая транспортная инфраструктура г. Новосибирска. 3. Наличие 39 высших учебных заведений, 43 академических институтов, 7 международных исследовательских центров. 4. Наличие знаменитых объектов, таких как Академгородок, наукоград Кольцово, Новосибирский зоопарк, консерватория, большой планетарий, центр морской биологии с дельфинарием и океанариумом 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низкий уровень информационной базы о научно-популярном туризме в области. 2. Отсутствие комплексной маркетинговой стратегии для продвижения научно-популярного туризма. 3. Нехватка квалифицированных кадров. 4. Низкий уровень услуг и сервиса в туристской индустрии
Возможности (O)	Угрозы (T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие и продвижение научных мероприятий, фестивалей, форумов, конгрессов, выставок и т. д. для увеличения турпотока. 2. Продвижение имеющихся научно-популярных маршрутов, а также разработка новых туров. 3. Повышение интереса людей к научным достижениям и перспективам. 4. Установление партнерства с другими регионами для пакетных предложений, создание маршрутов и обмен туристами. 5. Развитие научно-популярных мероприятий и экскурсий с применением IT-технологий. 6. Увеличение спроса на научные маршруты региона. 7. Нарастание культурного, интеллектуального, туристского потенциала Новосибирской области 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отдаленность региона от крупных туристских центров. 2. Конкуренция с другими регионами, которые имеют конкурентное преимущество, например, Москва, Санкт-Петербург, Казань и др. 3. Отсутствие финансирования и инвестиций для развития данного вида туризма. 4. Некомплектность развития инфраструктуры. 5. Слабая подготовка кадров туристской отрасли

Выводы на основе выполненного анализа:

1. Новосибирская область имеет огромный потенциал для развития научно-популярного туризма, способствующий привлечению специалистов и туристов со всего мира.

2. Привлечение большего числа туристов и повышение плотности туристского потока может быть достигнуто благодаря не только продвижению и созданию специализированных экскурсий и научных маршрутов, но и комплексному развитию туристской инфраструктуры.

3. Для улучшения качества обслуживания и оказания туристских услуг необходимо обучение персонала в сфере научно-популярного туризма.

4. Сотрудничество с местными учебными и научными учреждениями позволит создать взаимовыгодные программы и мероприятия для туристов.

В целом исследование развития научно-популярного туризма в Новосибирской области позволило выделить как положительные результаты, так и активные трудности.

Список литературы

1. Указ Президента РФ об объявлении в РФ десятилетия науки и технологий [Электронный ресурс]. — URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202204250022> (дата обращения: 05.02.2024).
2. Концепция развития научно-популярного туризма в РФ на период до 2035 г. [Электронный ресурс]. — URL: https://scienceid.net/upload/tourism_document/78/4/bdf61971_4.pdf (дата обращения: 03.02.2024).
3. В Новосибирской области финансирование науки в 2024 г. вырастет почти вдвое [Электронный ресурс]. — URL: <https://tass.ru/ekonomika/19825537> (дата обращения: 07.02.2024).
4. Всероссийский реестр объектов научно-популярного туризма [Электронный ресурс]. — URL: https://scienceid.net/upload/tourism_document/da/6/cfe4a3ef_6.pdf (дата обращения: 05.02.2024).
5. Пять новых научно-популярных туристических маршрутов будут запущены в Новосибирской области в этом году [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.nso.ru/news/58293> (дата обращения: 30.01.2024).

АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ

О. А. Швецова

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
11olya905@gmail.com

В данной работе проведен анализ ключевых показателей отрасли туризма в РФ и Новосибирской области. Выделены перспективы развития туризма в России, в том числе внутреннего. Цель исследования — провести анализ, выявить тенденции и перспективы развития туризма в России.

Ключевые слова: туризм, внутренний туризм, анализ рынка туризма, туризм в Новосибирской области, перспективы туризма, тенденции в туризме.

Туризм в России развивается быстрыми темпами, особенно внутри страны, и это обусловлено не только пандемией COVID-19, но и санкциями, которые стимулируют развитие внутреннего туризма. В условиях ограничений на международные поездки российские туристы обращают большее внимание на отечественные достопримечательности и курорты. Этот тренд активно поддерживается государством через программы по развитию внутреннего туризма, что способствует увеличению туристического потока в различных регионах России. С появлением новых технологий и изменением потребительских предпочтений сфера туризма и гостеприимства продолжает динамично развиваться, открывая новые возможности для населения, бизнеса, инвесторов и государства.

Цель исследования заключается в выявлении тенденций и перспектив развития туризма России на основании анализа ключевых показателей туристической индустрии страны.

Методы и инструменты исследования состоят в сборе и анализе статистических данных, выявлении тенденций, в изучении различных источников для оценки перспектив развития отрасли.

Практическая значимость исследования заключается в том, что на основании анализа ключевых показателей отрасли проводится оценка ее состояния и перспектив, для разработки рекомендаций по развитию туризма в России.

Вклад туристической отрасли в развитие экономики страны очевиден. Валовый внутренний продукт туристской индустрии имеет тренд роста (рис. 1).

В 2022–2023 гг. доля ВВП отрасли туризма в ВВП страны составила 2,6 %, при этом величина валового внутреннего продукта туристской индустрии в 2023 г. составила 3710 млрд руб., что на 48,9 % выше, чем в 2018 г. и на 15,3 % выше, чем в 2022 г.

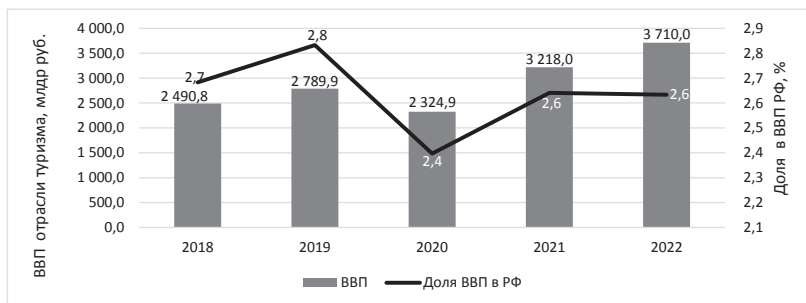


Рис. 1. Валовой внутренний продукт туристической индустрии РФ в 2018–2022 гг. [1]

Показатели, характеризующие динамику отрасли туризма в России, представлены в таблице.

Показатели отрасли туризма в РФ за 2018–2023 гг. [1]

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Число туристических фирм, ед.	13 674	12 690	12 463	13 076	13 608
Ввод в действие объектов туризма — гостиниц, ед.	12 191	14 489	11 711	13 245	21 700
Средняя численность работников, тыс. чел.	1 166,3	1 179,7	1 146,4	1 116,9	1 137,2
Инвестиции в основной капитал, млрд руб.	348,9	359,5	350,4	386,2	593,2
Объем платных туристических услуг населению, млн руб.	172 090	179 826	91 884	149 751	217 610

Анализ ключевых показателей отрасли туризма показал, что в 2020 году по причинам пандемии, закрытию границ, ограничению внутренних перемещений в отрасли наблюдался спад. Однако с 2021 года показатели догнали или превысили уровень 2019 года. Число туристических фирм увеличивается, существенно выросло число введенных в эксплуатацию гостиниц: в 2023 г. по сравнению с 2018 г. на 78 %, с 2022 г. на 63,8 %. Численность сотрудников в отрасли относительно стабильное, даже в 2020 году число сократилось всего на 2,8 %. Следует отметить, что в 2023 г. произошел существенный рост объема платных туристических услуг населению, достигнув своего максимального значения за последние 5 лет — 217 610 млн руб. Инвестиции в основной капитал отрасли ежегодно увеличиваются. Так, в 2023 г. приняли пиковое значение 593,2 млрд руб., что на 53,6 % выше, чем в 2022 г.

В целом оценка туризма в РФ за 2018–2023 гг. демонстрирует динамичный рост отрасли и вклада в экономику страны, благодаря чему увеличиваются рабочие места в регионах/центрах туризма.

Новосибирская область является одним из перспективных для внутреннего туризма регионов. На рис. 2 представлены показатели туристической индустрии Новосибирской области за 2018–2022 гг.

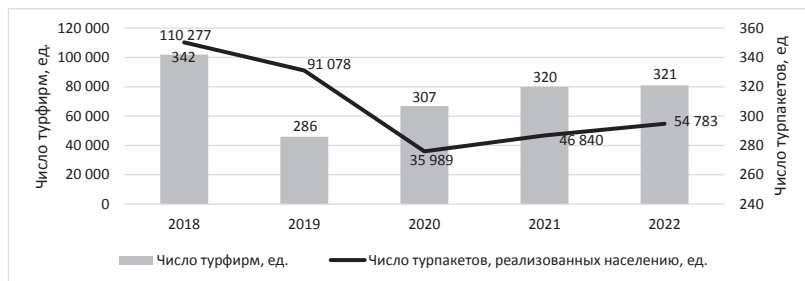


Рис. 2. Показатели туристической индустрии Новосибирской области в 2018–2022 гг. [1]

Согласно национальному туристическому рейтингу за 2023 г., составленному журналом «Отдых в России» совместно с Центром информационных коммуникаций «Рейтинг», Новосибирская область занимает 11-е место, с оценкой 88,9 балла из 100 [2]. По данным Министерства экономического развития Новосибирской области, туристический поток Новосибирской области увеличился в 2022 году по сравнению с 2021 годом на 20 % [3]. По числу поездок в 2023 г. по сравнению с 2022 г. прирост составил 52,2 % с 1 875 до 2 853 [1]. В целом оценка туристической индустрии Новосибирской области показывает динамичное развитие и весомый вклад во внутренний туризм и экономику страны.

По результатам анализа отрасли, выделим тенденции туризма в России:

- динамичный рост отрасли;
- активное развитие регионального внутреннего туризма.

В качестве перспектив и рекомендаций по развитию туризма в России можно обозначить: цифровизацию отрасли; усиление государственной поддержки туризма в РФ; развитие туристической инфраструктуры; развитие программ образования и повышения квалификации кадров в сфере туризма; программы повышения доступности туристических продуктов и услуг для населения страны; усиление государственного контроля над безопасностью туристов; развитие экологического туризма.

Таким образом, на основании анализа ключевых показателей туристической индустрии страны выявлены тенденции развития туризма России: активный рост отрасли и внутреннего туризма. Предложены рекомендации по развитию туризма в России как наиболее перспективные направления для отрасли.

Список литературы

1. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р (ред. от 07.02.2022). [Электронный ресурс]. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/ (дата обращения: 18.02.2024).

2. Туризм : официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. — URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 18.02.2024).
3. Национальный туристический рейтинг – 2023 [Электронный ресурс]. — URL: <https://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting-2023> (дата обращения: 18.02.2024).
4. Официальный сайт Министерства экономического развития Новосибирской области. Новости [Электронный ресурс]. — URL: <https://economy.nso.ru/news/4150> (дата обращения: 18.02.2024).

МУЗЕЙНОЕ ГОСТЕПРИИМСТВО КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

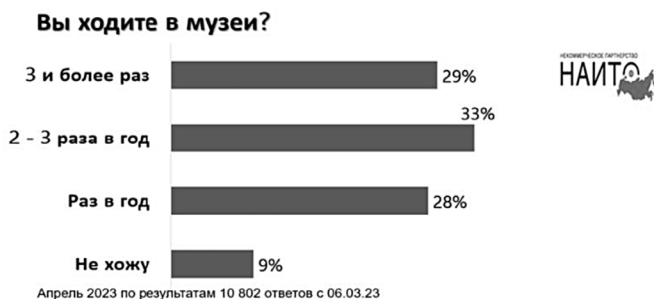
А. Б. Ширяева, *обучающийся*, Ж. П. Шнорр, *д-р экон. наук, доцент*
Новосибирский государственный университет экономики и управления
«НИНХ» (НГУЭУ), г. Новосибирск, Россия
cotovann14@gmail.com

В данной работе рассмотрены основные особенности музейного гостеприимства, важность и актуальность музеев, а также использование гостеприимного сервиса в оказании ими услуг. Цель работы состоит в рассмотрении роли музейного гостеприимства в развитии культурного туризма в целом.

Ключевые слова: музей, музейное гостеприимство, культурный туризм, культура, сервис.

Развитие внутреннего и въездного туризма на современном этапе предоставило огромные возможности для расширения и совершенствования спектра предлагаемых туристам продуктов и услуг [4]. И именно поэтому сейчас наблюдается повышение спроса на услуги таких предприятий индустрии туризма и гостеприимства, как музеи.

Для того, чтобы определить популярность музеев среди населения страны, в марте-апреле 2023 г. представителями Некоммерческого партнерства «Национальная Ассоциация информационно-туристских организаций (НП НАИТО) был проведен опрос: «Как часто вы ходите в музеи?». Сотрудниками было опрошено около 11 тыс. респондентов. На рисунке наглядно показаны результаты опроса.



Результаты опроса, проведенного в марте-апреле 2023 г. НП НАИТО

Из данных результатов проведенного опроса наблюдается, что лишь 9 % респондентов не ходят в музеи, а вот остальные посещают исследуемые нами предприятия туризма и гостеприимства, а 33 % опрошенных ходят в музеи около 2–3 раз в год.

Из числа опрошенных свыше 90 % так или иначе пользуются услугами музейных институций, поэтому важность развития музейного гостеприимства очевидна.

Музей — это исторически сложившийся институт общественной памяти, который имеет множество функций, в том числе сбор, исследование, бережное хранение и, как следствие, экспонирование объектов, которые есть памятники истории, материальной и нематериальной культуры [1]. Ещё одной функцией музея является просветительская. Данные направления музейных институций привлекают туристов, а грамотное оказание музейного гостеприимства служит составляющей развития и широкого распространения культурного туризма.

Культурный туризм — это процесс интеграции туриста с «другой» культурой, с которой он не так хорошо знаком, её исследование и понимание и как результат — увеличение познавательных интересов туриста к традициям истории и культуры, обычаям и принципам, а также предметам материального труда других наций и народов [2]. Из приведенных определений видно, что музей и культурный туризм тесно связаны между собой: посещение музеев является одним из направлений культурного туризма.

Развитие и широкое распространение культурного туризма связано со стремлением туристов в исследовании и повышении своего уровня образованности [3]. Также на данном этапе развития общества в центр внимания встает «идея культуры», которая представляет собой систему ценностей, принципов и традиций, общеустановленных норм поведения, а также образ жизни [2]. Любое место, которое служит объектом культурно-туристического показа, так или иначе является музеем. К примеру, «Санкт-Петербург — один из самых красивых и посещаемых наших городов. Настоящий музей с сотнями объектов под открытым небом. Его пригороды не менее красивы и популярны. Встреча с Петергофом, с его дворцами и фонтанами запоминается надолго» [2].

Ранее у многих людей слово «музей» ассоциировалось со скукой, неинтересным, а иногда даже древним явлением. Именно поэтому в век развития сферы туризма и гостиничного сервиса разумно и выгодно показывать музей именно со стороны гостеприимства: необходимо вызвать у людей новые незабываемые эмоции, помочь им ощутить комфорт и приобщить их к изучению культуры.

Важным элементом деятельности музеев и функцией культурного туризма является возможность предоставить человеку право познакомиться с ранее ему неизвестным таким образом, чтобы у него появилось стремление продолжить знакомство с культурой, искусством и историей и дальше [3]. Осуществить это помогут эмоции, которые личность получает в процессе своего «путешествия» по музею, ощущая на себе то незабываемое музейное гостеприимство.

Как известно, сервис можно рассматривать не только со стороны человеческого фактора (нематериальный сервис), но и с материальной стороны (материальный сервис). Если взять нематериальный сервис, то важно сказать о том, что персонал музея должен быть нацелен на оказание гостеприимства. Сотрудникам положено быть клиентоориентированными, вежливыми и доброжелательными, они должны быть хорошо информированы о деятельности музея, его истории и экспонатах.

Помимо общения между гостем музея и его персоналом, важно уделять должное внимание техническому оснащению заведения (оборудованию для маломобильных граждан, удобной и качественной мебели, исправности лифтов, четкой и быстрой работы гардероба, а также чистоты помещений).

Важно помнить: гостеприимство — не вседозволенность, и музейным институциям необходимо обозначать границы. Культура важна для изучения, но нельзя допустить применения к ней вандализма. «У нас есть подробно прописанные правила, которые в своей короткой версии внутри входной группы сопровождаются инфографикой, — поделилась Марина Потанина, руководитель отдела гостеприимства, сервиса и обслуживания посетителей Государственного музея-заповедника «Царицыно». — И мы предлагаем разные возможности, чтобы посетитель мог сам выбрать, как ему поступить» [1].

Таким образом, музейное гостеприимство действительно является фактором развития культурного туризма. Музеи способны привлекать и удерживать туристов, которые своей целью ставят знакомство с культурой и историей, ищут нечто новое и им неизвестное. И, создавая данный поток туристов, музеи должны удерживать и обеспечивать его, оказывая своё гостеприимство. Именно оказание такого особого сервиса в музее, предоставление тех самых незабываемых приятных эмоций, которые останутся в памяти туристов, поможет музеям выполнять свою важную роль в развитии как культурного туризма, так и индустрии туризма и гостеприимства в целом.

Список литературы

1. Санкт-Петербургский международный культурный форум [Электронный ресурс]. — URL: https://unitedcultures.ru/knowledge_space/advice/kak-sdelat-muzeu-gostepriimnum (дата обращения: 17.02.2024).
2. Горшкова, А. Н. Культурный туризм как перспективное направление развития туризма на региональном уровне / А. Н. Горшкова // Актуальные исследования. — 2020. — № 24 (27). — С. 74–76.
3. Михайлюк, Т. Н. Развитие культурно-познавательного туризма в рамках реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» / Т. Н. Михайлюк // Кизляр в контексте российской и региональной истории : материалы международной научно-практической конференции, посвященной 288-й годовщине г. Кизляра и 100-летию со дня рождения народного поэта Дагестана Расула Гамзатова, Кизляр, 22 сентября 2023 года. Министерство науки и высшего образования РФ городской округ «Город Кизляр» — филиал ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет» в г. Кизляре. — Кизляр : Изд-во АЛЕФ, 2023. — С. 429–434.
4. Шнорр, Ж. П. Музейное гостеприимство в современном туризме / Ж. П. Шнорр // Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса. — 2023. — С. 312–319.

УДК 336.71

КРЕДИТНЫЙ БУМ В РОССИИ В 2023 ГОДУ

А. В. Алаева, А. И. Ситниченко

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ksenijasib@mail.ru

В работе проведён анализ явления *кредитный бум*. Рассмотрены его предпосылки и причины, а также их влияние на экономику страны и деятельность банков в России.

Ключевые слова: кредитный бум, кредит, банки, курс, рубль.

Кредитный бум — это явление, при котором происходит значительный рост кредитования бизнеса и граждан.

За первые восемь месяцев текущего года чистая прибыль банковского сектора России достигла 2,4 трлн рублей, что сравнимо с результатами за весь 2021 год. Эксперты объясняют такой уникальный показатель, в основном, увеличением кредитования, происходящим на фоне экономических проблем, вызванных спецоперацией. Снижение стоимости рубля, дефицит в бюджете, повышенная инфляция и изменения в действиях Центробанка России внесли свой вклад в улучшение результатов финансового сектора.

По данным Центрального банка, российские банки в августе 2023 года заработали 353 млрд рублей чистой прибыли [1]. Таким образом, в период с января по август чистая прибыль банков сравнялась с результатами всего 2021 года, который стал рекордным для банковской сферы в истории России, и составила 2,4 трлн рублей.

В начале 2021 года Центробанк прогнозировал, что чистая прибыль банков превысит 1 трлн рублей, учитывая значительные расходы на резервы. Однако аналитики предполагали более оптимистичные прогнозы для финансового сектора. Заработок российских банков оценивался в 1,3–1,5 трлн рублей [2]. Начало специальной военной операции в 2022 году стало серьезным испытанием для банков. Из-за этого их убытки за первое полугодие 2022 г. составили 1,5 трлн рублей, однако уже к концу года они вышли в «плюсовую зону», получив 203 млрд рублей чистой прибыли. Этот результат стал худшим с 2014 года.

По прогнозам Центробанка в отчете за II квартал 2023 года, чистая прибыль банковского сектора к концу года может составить 2,4–2,9 трлн рублей. Аналитики также высказывают более оптимистичные прогнозы. Например, по оценке АКРА, банки могут достичь чистой прибыли в размере 2,8–3 трлн рублей в 2023 году. Прогноз агентства «Национальные кредитные рейтинги» составляет 3,3–3,5 трлн рублей.

В сложные времена банкам помогло ослабление рубля, а также регуляторные послабления со стороны Центробанка, который признал, что финансовый результат банков был немного завышен.

Значительный вклад в ослабление курса рубля внесла валютная переоценка, вызванная ростом валютных активов и пассивов на балансах банков в рублевом выражении из-за снижения курса рубля. По данным Банка России, за восемь месяцев рубль упал на 24 % относительно доллара США, что сделало его одной из наихудших валют среди развивающихся стран.

В результате валютной переоценки в феврале банки получили 73 млрд рублей, в марте — еще 61 млрд рублей, а в августе, в период пика ослабления российской валюты, банкам поступило 104 млрд рублей из заработанных ими 353 млрд рублей.

В условиях ослабления рубля многие банки предпочли удерживать свои позиции в иностранной валюте. Согласно официальной статистике, на начало июля 236 банков имели валютные позиции на общую сумму 888,5 млрд рублей, что стабильно превышало 1 трлн рублей с января по апрель.

В августе банки продолжили сохранять длинные валютные позиции, как сообщает Центробанк в августовском отчете о развитии банковского сектора, однако точная сумма этих позиций не уточняется. Экономисты предполагают, что ослабленный рубль — это долгосрочная тенденция, и предполагают его дальнейшее ослабление. Были прогнозы, что рубль будет торговаться в диапазоне 93–97 за доллар к концу сентября, но может укрепиться осенью под влиянием цен на нефть. Стабилизация курса доллара даст основания ожидать, что прибыль будет формироваться в основном за счет процентного и комиссионного дохода.

В 2023 году увеличился спрос на кредиты как среди бизнеса, так и среди населения после того, как кредитование, которое снизилось в 2022 году, стабилизировалось. Это связано с изменениями потребительского поведения населения, которое стало откладывать сбережения из-за роста инфляции.

Согласно данным Центробанка, объем ипотечного кредитования увеличился с 14,1 трлн до 16,4 трлн рублей (+16 %), необеспеченных кредитов — с 12 трлн до 13,4 трлн рублей (+12 %). К концу августа портфель корпоративных кредитов вырос до 68,9 трлн рублей с 58,9 трлн рублей в начале года, увеличившись на 17 %.

Центробанк отметил, что кредитный бум приносит банкам значительную прибыль от процентов по кредитам и комиссий за операции. За восемь месяцев прибыль от основной деятельности банков значительно выросла.

Банк России за июль-август 2023 года трижды увеличил ключевую ставку с 7,5 % до 13 % и планирует длительный цикл жесткой монетарной политики. Именно в этот период наблюдался самый крупный прирост кредитования. Политика Центробанка приведет к увеличению затрат на заемные средства для банков и замедлению кредитования.

Наибольший рост ключевой ставки пришелся на середину августа. Однако компании и граждане ожидали этого повышения и обратились в банки заранее либо по максимуму использовали уже ранее одобренные заявки [3].

Несмотря на ужесточение политики Центробанка, рост кредитования во всех отраслях останется двузначным. При этом ожидается увеличение ипотечного и автокредитования до 20 %, необеспеченных кредитов — близко к этой отметке, а корпоративного кредитования — более чем на 15 % [4].

Список литературы

1. О развитии банковского сектора Российской Федерации в августе 2023 года: информационно-аналитический материал [Электронный ресурс]. — URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/46345/razv_bs_23_08.pdf (дата обращения: 05.02.2024).
2. Прогноз прибыльности банковского сектора в 2023 году: падение олимпа [Электронный ресурс]. — URL: https://raexpert.ru/researches/banks/bank_profit_2023/ (дата обращения: 06.02.2024).
3. В России кредитный бум вопреки росту ставок [Электронный ресурс]. — URL: <https://iz.ru/1578242/dmitrii-migunov/sluchai-peregrevakreditnyi-bum-v-rossii-prodolzhaetsia-vopreki-usiliiam-tcb> (дата обращения: 07.02.2024).
4. Кредитный бум: что помогает банкам зарабатывать рекордные прибыли в 2023 году [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.forbes.ru/finansy/497074-kreditnyj-bum-cto-pomogaet-bankam-zarabatyvat-rekordnye-pribyli-v-2023-godu> (дата обращения: 05.02.2024).

ТРЕНДЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В 2023 ГОДУ

А. А. Баширова

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ksenijasib@mail.ru

В работе проведен анализ трендов цифровизации банков в 2023 году. Рассмотрены направления, тенденции развития и риски цифровизации банковских систем. Приведен сравнительный анализ уровня цифровизации банков в 2023 году.

Ключевые слова: тренды, цифровизация, банковская система, риски, клиент.

В системе работы современных банков процесс цифровизации происходит быстрее, чем в других отраслях. Понятие цифровизации банков включает в себя внедрение современных цифровых технологий на ключевых участках бизнес-процессов кредитно-финансовых организаций, которые осуществляют коммуникации с клиентами, оценку кредитоспособности, ведение отчетности, инвестиционную политику; разработку стратегических инициатив и решений.

Цифровизация систем совершенствует деятельность банка в следующих направлениях:

1. Автоматизация основных процессов бизнеса, которая позволяет сотрудникам освободиться от выполнения базовых работ, уменьшает количество ошибок и повышает качество выполняемой работы.

2. Повышение скорости обработки данных. Внедрение современных IT-технологий позволяет банку повысить скорость профильных операций, уменьшить время на обработку запросов внешних субъектов, а также оперативно устранить ошибки в работе.

3. Устранение временных и географических барьеров в работе банка. Благодаря системам дистанционного обслуживания работа банка становится круглосуточной, а местоположение клиента, совершающего транзакционные операции, перестает иметь значение.

4. Совершенствование инфраструктуры в области коммерческой недвижимости. Например, банк «Тинькофф» не имеет офисов для обслуживания физических лиц, «Альфа-Банк» внедряет инновационные «phygital-офисы». В любом случае, улучшение банковской инфраструктуры способствует снижению количества наличных операций, что позволяет сократить расходы на услуги транспортировки и инкассации кредитных организаций.

5. Повышение уровня лояльности клиентов. Технологическая омниканальность дает возможность клиентам пользоваться банковскими услугами в любое время, используя предпочтительный для них способ связи. Использование современных коммуникационных телесистем позволяет повысить уровень персонализации банковских предложений.

Следует отметить новые тенденции и тренды цифровизации кредитных организаций в 2023 году, которые применяются в России:

1. Обслуживание онлайн заключается в переносе некоторых офлайн (офисных) операций в онлайн-формат. Банки сохраняют приближенность к офисному обслуживанию путем предоставления дополнительных консультаций в онлайн-формате, при этом не снижая качество предоставляемых услуг. Это позволяет клиенту не сомневаться в приобретении выбранного финансового предложения. Уровень цифровизации определяет конкурентоспособность банка. Наиболее успешным будет банк, который быстрее других предложит практический механизм заключения сделки.

2. Персонализация предложений на основании потребительского поведения. На основе анализа потребления банки предлагают те услуги, которые являются наиболее подходящими для конкретного клиента. Это достигается путем сбора статистических данных, предоставленных партнерскими сервисами.

3. Внедрение новых способов оплаты. Под воздействием факторов внешней среды банки должны внедрять инновационные способы оплаты. Среди современных платежных механизмов банков РФ наиболее востребованным является СБП (Система быстрых платежей), позволяющая оперативно и безопасно производить денежные транзакции. Технологическая автономность платформы относительно зарубежных платежных решений также добавляет СБП привлекательности — как для банков, так и для клиентов.

4. Улучшение безопасности банковских систем. В связи с ужесточением законодательства в области безопасности инструментария банки вынуждены модернизировать систему безопасности, так как в случае нарушений банк понесет серьезные финансовые издержки.

5. Внедрение цифровой валюты. Цифровая валюта позволяет повысить надежность расчетов, так как предполагает абсолютную прозрачность и контроль за движением средств. Несмотря на возможные риски, долгосрочный эффект может быть позитивным для банков, так как они смогут быстрее внедрять цифровизацию в работе с клиентами.

В таблицу включены крупнейшие розничные банковские учреждения, внедряющие цифровые технологии.

Сравнение кредитных организаций РФ по уровню цифровизации [2]

Результаты общего рейтинга		Компания	Представленность в интернете		Продвижение в коммуникации		Онлайн-продажи	
место	кол-во баллов		место	кол-во баллов	место	кол-во баллов	место	кол-во баллов
1	310	Тинькофф Банк	1	115	1	90	3	105
2	300	ВТБ	2	115	2	90	7	95
3	285	Промсвязь-банк	4	105	4	85	8	95
4	285	Открытие	6	100	8	75	1	110
5	280	Альфа-Банк	5	105	11	65	2	110

Агентство цифрового аудита SDI360 совместно с экспертами из компаний-партнеров оценило уровень цифровой зрелости розничных банков РФ. Большинство современных банков РФ имеют собственный сайт, адаптированный под экран смартфона, планшета или ноутбука, предлагают своим клиентам мобильные приложения, применяют удаленную биометрическую идентификацию для оформления новых клиентов [1].

Несмотря на все преимущества цифровизации банковской системы, данный процесс несет глобальные финансово-экономические риски, связанные со слабой стратегией цифрового развития банков.

Рассмотрим некоторые из рисков.

1. Риски, связанные с международными санкциями. Финансовые санкции влияют на деятельность банков напрямую (отключение от SWIFT, недоступность международных расчетов по российским картам, блокировка зарубежных счетов, невозможность использования некоторых сервисов) и косвенно (запрет на импорт оборудования, которое необходимо для совершенствования цифровизации банковских систем).

2. Риск изменений требований банковского законодательства. Вследствие запретов некоторые ранее внедренные инновационные системы могут стать недоступными для использования из-за их несоответствия требованиям законодательства. Например, коммуникация между клиентом и банком может осуществляться только на разрешенных и защищенных онлайн-ресурсах.

3. Риск мошенничества. В связи с развитием системы онлайн-операций увеличивается риск действий со стороны мошенников, направленных на списание денег со счетов клиента или взятие кредита на чужие данные. Ответственность за последствия таких транзакций возлагается на кредитную организацию. Тем не менее, информационная безопасность банковской системы совершенствуется и сводит такие риски до минимума.

Список литературы

1. Цифровизация банков: в чем заключается процесс цифровизации банков [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.diasoft.ru/about/publications/20738/?ysclid=lsr1w7mt8r210887359> (дата обращения: 17.02.2024).
2. Цифровая зрелость розничных банков в 2023 году [Электронный ресурс]. — URL: <https://ict.moscow/research/tsifrovaia-zrelost-roznichnykh-bankov-v-2023-godu/?ysclid=lsqz0z65wj659557544> (дата обращения: 18.02.2024).

ФОРМИРОВАНИЕ ОТРАСЛЕВОЙ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

А. С. Больде

Научный руководитель: В. В. Козлов, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
anna.bolde@yandex.ru

В данной статье разработана модель интегральной оценки уровня платежеспособности и ликвидности для организаций легкой промышленности на основе методики, разработанной Л. С. Васильевой.

Ключевые слова: оценки ликвидности и платёжеспособности, рейтинговая оценка, показатели платежеспособности и ликвидности.

В современном экономическом анализе существует множество методов оценки платёжеспособности и ликвидности. Данные методы основываются на анализе абсолютных и относительных показателей в динамике, которые сравниваются с нормативными значениями, установленными экономистами разных стран. В рамках исследования будет сформирована модель оценки ликвидности и платёжеспособности для организаций легкой промышленности, так как в условиях санкций данная отрасль имеет огромный потенциал для развития и наращивания объемов производства.

Сформируем отраслевую модель оценки платежеспособности на основе метода интегральных оценок, сущность которого заключается в том, что с его помощью можно комплексно оценить уровень ликвидности и платежеспособности, а также спрогнозировать вероятность потери платёжеспособности.

Одной из разновидностей интегральных оценок являются ранговые методики оценки платежеспособности и ликвидности организаций.

На основе авторской интегральной оценки Л. С. Васильевой разработаем собственную модель оценки платёжеспособности и ликвидности организаций, адаптированную для организаций легкой промышленности [2].

Для этого необходимо отобрать 5 показателей оценки ликвидности и платежеспособности.

Согласно Постановлению Правительства РФ от 25.06.2003 № 367 «Об утверждении Правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа» к коэффициентам, характеризующим платежеспособность должника, относятся коэффициент абсолютной ликвидности и коэффициент текущей ликвидности [1]. Мы добавим к данному перечню коэффициент автономии, коэффициент быстрой ликвидности и коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами.

Установим значимость перечисленных выше коэффициентов с помощью коэффициента корреляции. Для этого сформируем выборку из 100 организаций легкой промышленности и сравним каждый показатель, представленный в перечне выше, со значением итогового балла оценки финансового состояния, рассчитанного в системе СПАРК.

Для распределения баллов примем за 100 сумму всех значений коэффициента корреляции и определим сумму баллов для каждого показателя. Полученные результаты представлены в таблице.

Результаты ранжирования факторов и присвоения баллов

Название коэффициента	Коэффициент корреляции	Ранг	Баллы
Коэффициент текущей ликвидности	0,480	4	16,1
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,603	3	20,2
Коэффициент быстрой ликвидности	0,410	5	13,8
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,738	2	24,8
Коэффициент автономии	0,749	1	25,1

Таким образом, каждому показателю (коэффициенту) присвоим следующие баллы: коэффициенту текущей ликвидности присваивается значение 16,1 балла; коэффициенту абсолютной ликвидности — 20,2 балла; коэффициенту быстрой ликвидности — 13,8 балла; коэффициенту обеспеченности собственными оборотными средствами — 24,8 балла; коэффициенту автономии — 25,1 балла.

Сформируем комплексный (интегральный) показатель оценки ликвидности и платежеспособности организаций:

$$J = 25,1 \times K1 + 24,8 \times K2 + 16,1 \times K3 + 13,8 \times K4 + 20,2 \times K5, \quad (1)$$

где $K1$ — коэффициент автономии;

$K2$ — коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами;

$K3$ — коэффициент текущей ликвидности;

$K4$ — коэффициент быстрой ликвидности;

$K5$ — коэффициент абсолютной ликвидности.

Интерпретация полученного интегрального показателя следующая:

при $J < 0$ — организация считается неплатежеспособной;

при $0 < J < 80$ — средний уровень платежеспособности организации;

при $J > 80$ — высокий уровень платежеспособности организации.

В целях иллюстрации предлагаемой модели рассчитаем интегральный (комплексный) показатель, основываясь на среднеотраслевых значениях коэффициентов для организаций легкой промышленности:

$$J = 25,1 \times 0,43 + 24,8 \times 0,36 + 16,1 \times 2,1 + 13,8 \times 1,16 + 20,2 \times 1,16 = 80,28 \quad (2)$$

Предложенный показатель, на наш взгляд, позволит значительно ускорить процесс оценки ликвидности и платежеспособности, чтобы своевременно принимать обоснованные управленческие решения и меры для снижения финансовых трудностей.

Список литературы

1. Об утверждении Правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа : постановление Правительства РФ от 25.06.2003 № 367.
2. Васильева, Л. С. Анализ финансовой устойчивости : учебник / Л. С. Васильева, М. В. Петровская. — Москва : КНОРУС, 2019. — 274 с.
3. Ефимова, О. В. Как анализировать финансовое положение компании : учебное пособие / Ефимова О. В. — Москва : АО Бизнес-школа, 2015. — 465 с.
4. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник / Г. В. Савицкая. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 378 с.

ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ

К. В. Борминцева, Д. Г. Емельянов

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ksenijasib@mail.ru

В данной работе был проведен анализ цифровых платформ банковской системы России. Рассмотрены виды, характеристики, механизмы использования цифровых платформ в финансовом секторе. Дана оценка потенциальным возможностям цифровизации банковской системы России.

Ключевые слова: автоматизация, цифровые платформы, конкуренция, банковская система, клиент.

Цифровые платформы в банковской системе — новое слово в финансовых технологиях. С развитием технологий и переходом к цифровой экономике все больше компаний и организаций начинают использовать цифровые платформы для своей деятельности. Банковская система не стала исключением, и сегодня число банков, внедряющих цифровые технологии для улучшения качества обслуживания клиентов и увеличения эффективности своей работы, растет. Одной из основных причин перехода банков на цифровые платформы является изменение потребностей клиентов. С развитием интернета и мобильных технологий людям стало удобнее и быстрее осуществлять финансовые операции через интернет, чем посещать банковские отделения. Поэтому банки стараются создать удобные и безопасные цифровые платформы, где клиенты смогут легко управлять своими счетами, проводить платежи, отслеживать свои расходы и инвестировать средства [1].

Цифровые платформы также помогают банкам повысить эффективность своей работы. Благодаря автоматизации процессов и использованию аналитических инструментов банки могут быстрее и точнее принимать решения, а также улучшать свои услуги и продукты на основе данных о поведении клиентов. Кроме того, цифровые платформы позволяют банкам снижать издержки за счет уменьшения количества бумажной документации и перехода на электронные формы взаимодействия с клиентами.

С развитием цифровых платформ в банковском секторе возникают новые вызовы и риски. Одним из самых актуальных является кибербезопасность. В условиях роста онлайн-мошенничества и утечки данных банки должны уделять особое внимание защите информации своих клиентов, внедряя современные технологии шифрования и аутентификации.

В целом цифровые платформы в банковской системе играют важную роль в повышении качества обслуживания клиентов, увеличении эффективности

работы банков и развитии финансовых технологий. Однако для успешной работы с цифровыми платформами банки должны постоянно совершенствовать свои технологии, создавать и успешно внедрять инновационные продукты, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке.

Уровень конкуренции в банковском секторе постоянно растет в связи с развитием технологий и изменением потребностей клиентов.

Основные аспекты конкуренции в банковской среде включают в себя:

1) усиление конкуренции между традиционными банками и финтех-компаниями. Финтех-компании предлагают инновационные цифровые решения в области финансовых услуг, привлекая клиентов простотой и низкими комиссиями [2];

2) конкуренция в области организации кибербезопасности. С развитием IT-технологий и, следовательно, ростом числа хакерских атак банки вынуждены повышать эффективность защиты своих продуктов для обеспечения максимальной безопасности персональных данных своих клиентов;

3) конкуренция в области инноваций. Каждый банк стремится нарастить уровень своих компетенций в области передовых технологий, таких как искусственный интеллект, блокчейн. Чем выше оснащенность такими системами, тем привлекательнее банк для конечных потребителей, так как предоставляет более широкий спектр финансовых услуг и повышенную безопасность в области сохранности средств клиентов;

4) кадровая конкуренция заключается в необходимости своевременно обеспечивать соответствующее обучение и подготовку персонала. Это связано с нарастающей год от года цифровой трансформацией, требующей изменений в ролях и навыках банковского персонала. Каждый банк создает и развивает собственных специалистов, тем самым усиливая свои позиции на рынке.

Цифровые платформы и продукты становятся более популярными среди клиентов, так как они повышают скорость, безопасность и качество оказываемых услуг. К ним относятся:

1. Онлайн-банки (СберОнлайн, ВТБОнлайн) — эти банковские приложения позволяют клиентам эффективно управлять своими средствами, оплачивать счета, осуществлять переводы, все это без похода в отделение банка [3].

2. Интернет-банкинг — предоставляет доступ к счетам и операциям клиента в любое время и с любого устройства, имеющего выход в интернет.

3. Цифровые кошельки — позволяют хранить деньги и совершать платежи через мобильные приложения или интернет-сервис.

4. Цифровые инвестиционные платформы — позволяют клиентам инвестировать в различные финансовые инструменты, такие как акции, облигации, драгоценные металлы [4].

5. Цифровые кредитные услуги — предоставляют клиентам возможность быстро и удобно пройти процедуру получения кредита онлайн.

6. Цифровой рубль (еще дорабатывается) — цифровая форма российской национальной валюты, созданная в дополнение к действующим наличной и безналичной формам денег. Данный продукт имеет несколько преимуществ

в сравнении с онлайн-приложениями коммерческих банков: возможность использования без доступа к интернету, повышенная надежность и сохранность средств, максимальная прозрачность переводов.

По недавно проведенным исследованиям было установлено, что количество пользователей мобильных устройств постоянно растет. Согласно данным Минкомсвязи России, количество мобильных абонентов превысило 224 млн человек, что составляет около 155 % от общего числа населения.

Данный факт подтверждает, что такие финансовые инструменты, как мобильные приложения и онлайн-банкинг, стали неотъемлемой частью повседневной жизни людей. Российские банки активно развивают и внедряют современные мобильные приложения, позволяющие клиентам осуществлять финансовые операции тогда, когда у них возникает такая потребность. Это повышает уровень доступности и удовлетворенности клиентов.

Основные задачи и возможности для российских коммерческих банков:

1. Обеспечение безопасности данных и противодействие мошенничеству — приоритеты для российских банков, так как им необходимо предотвращать киберугрозы, соблюдать законодательство и укреплять доверие клиентов.

2. Постоянное повышение квалификации сотрудников, поскольку банковские инструменты активно совершенствуются, а также появляются абсолютно новые, что говорит о необходимости дальнейшего развития профессиональных качеств персонала.

3. Повышение конкурентоспособности на стремительно развивающемся финансовом рынке в области блокчейн-технологий, эффективное использование которых является ключом для повышения безопасности взаимодействия банка с клиентом.

Таким образом, цифровые платформы, цифровой рубль и другие инновационные решения в области финансов становятся неотъемлемой частью современной банковской системы и играют важную роль в ее развитии и совершенствовании. Банки, которые смогут интегрировать данные цифровые финансовые продукты в свою систему, повысят собственную конкурентоспособность в области кибербезопасности, качества обслуживания и в целом усилят свои позиции на финансовом рынке.

Список литературы

1. Цифровой рубль, доклад : октябрь 2020 года, Москва [Электронный ресурс]. — URL: https://cbr.ru/analytics/d_ok/dig_ruble/ (дата обращения: 13.02.2024).
2. Концепция цифрового рубля, 8 апреля 2021, Москва [Электронный ресурс]. — URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/120075/concept_08042021.pdf (дата обращения: 13.02.2024).

3. CBDC: A Solution in Search of a Problem? August 5, 2023, Christopher Waller, The American Enterprise Institute, Washington, D. C. [Электронный ресурс]. — URL: https://cbr.ru/analytics/d_ok/dig_ruble/ (дата обращения: 13.02.2024).
4. Что изменится для банков и их клиентов с введением цифрового рубля : аналитическая записка ЦБ. В. Грищенко [и др.] январь 2021 [Электронный ресурс]. — URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/118208/analytic_note_20210126_dip.pdf (дата обращения: 13.02.2024).
5. Заботкин, А. Цифровой рубль: возможности и варианты [Электронный ресурс]. — URL: <https://econs.online/articles/regulirovanie/tsifrovoy-rubl-vozmozhnosti-i-varianty/> (дата обращения: 13.02.2024).

АНАЛИЗ РЫНКА АВТОКРЕДИТОВАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ РОСТА

З. В. Брим

Научный руководитель: Н. В. Колоскова, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
brimzlata4@gmail.com

Механизмы современного кредитования изменяются под влиянием как социально-экономических, так и финансово-технологических факторов. В статье проведён анализ состояния рынка автокредитования на основе актуальных данных по Российской Федерации. Цель исследования — выявить характерные черты рынка автокредитования и определить проблемы и перспективы развития данного вида кредита в России.

Ключевые слова: автокредит, рынок автокредитования, кредитный продукт, процентная ставка, спрос.

Автокредитование играет важную роль в экономике индустриального общества. Оно выполняет следующие функции:

— *стимулирующая*. Автокредит помогает стимулировать потребительский спрос на автомобили и способствует перераспределению денежной массы для поддержания тех сфер и отраслей, которые предоставляют наиболее востребованные продукты в данном сегменте экономики;

— *социальная*. Благодаря возможности получать автокредиты население покупает автомобили, улучшая своё благосостояние. Приобретая транспортное средство, человек может не только облегчить себе жизнь, но и получать доход — например, работать при помощи автомобиля;

— *контрольная*. В автокредитовании банки контролируют момент приобретения машины у дилера или на вторичном рынке. Кроме того, осуществляется кредитный мониторинг, так как автокредитование — это составная часть потребительского кредитования, в котором очень важен постоянный контроль за состоянием платежеспособности заёмщика и за состоянием обеспечения кредита — залога (в данном случае — автомашины).

Таким образом, развитие автокредитования положительно влияет на рост занятости населения, комфорт жизни людей, имеет большое как экономическое, так и социальное значение. В то же время имеет место специфика отношений участников рынка автокредитов, не всегда действия участников согласованы, бывает, что договоры не носят прозрачный характер и не удовлетворяют запросам всех сторон. Следовательно, актуальность изучения вопросов автокредитования очевидна. Рассмотрим ключевые характеристики рынка автокредитования и дадим их оценку. Во-первых, это касается участников рынка автокредитования, а во-вторых, это процентные ставки и условия, предлагаемые на рынке [2].

К участникам рынка автокредитования относятся не только заёмщики и кредиторы, в качестве которых могут выступать как коммерческие универсальные банки, так и кэптивные банки, созданные специально для этих целей производителями и владельцами автоконцернов, но также и посредники — дилеры, которые помогают реализовать старый автомобиль и поменять его на новый и оказывают всевозможные услуги, необходимые при оформлении и техническом осмотре автомобиля. Ещё один участник вносит свой вклад в развитие автокредитования — государство, оно реализует льготные программы получения автокредитов (табл. 1).

Таблица 1

Банки, сгруппированные по категориям участников рынка и играющие важную роль в продаже автомобилей в кредит

Универсальные банки — участники гос. программы льготного автокредитования	Кэптивные банки автодилеров от зарубежных производителей
Газпромбанк	РН-Банк (<i>участвует в льготном кредитовании</i>)
Банк ВТБ	Мерседес Бенц Банк Рус
РНКБ	Тойота Банк
Кредит Европа Банк (<i>иностраннй банк</i>)	БМВ Банк
РОСБАНК (<i>иностраннй банк</i>)	Фольксваген Банк Рус
ОТП Банк (<i>иностраннй банк</i>)	
Совкомбанк (<i>иностраннй банк</i>)	

При этом государство субсидирует процентные ставки банкам-участникам программы льготного автокредитования исключительно на модели российского производства (Lada, UAZ, GAZ, Haval) на сумму покупки от 1,5 до 2 млн руб. А также на электромобили марок: Evolute i-PRO, Evolute i-JOY, «Москвич 3е». Программа продлена на 2024–2026 годы. Это является стимулом для отечественных автопроизводителей, существенной поддержкой тех категорий граждан, которые входят в данную программу, деньги выделяются из федерального бюджета. По госпрограмме льготного автокредитования планируется продать 330 тыс. машин только в 2024 году.

Госпрограмма начала действовать в 2017 году, затем она продлевалась, а круг льготлируемых покупателей расширялся. Базовая скидка на автомобиль в рамках программы составляет 20 %, для жителей Дальнего Востока — 25 %. На электромобили она составляет 35 %, но не более 925 тыс. руб. на один автомобиль. Льготный кредит по госпрограмме можно в любой момент погасить досрочно, после этого машина выходит из-под залога и поступает в полное владение покупателя [1].

Что касается кэптивных банков, то судьба их незавидная, так как из-за ухода из России их владельцев — иностранных автоконцернов, поле деятельности по их профилю сильно сужается, они теряют прибыли и разоряются. Но некоторые держатся ещё на плаву.

По процентным ставкам на рынке автокредитов наблюдается такая динамика: за период 2019–2023 гг. средняя процентная ставка увеличилась на 5 процентных пунктов — с 13,7 до 18,7 %. Это составило прибавку 1 % за каждый год, такое изменение связано с ростом инфляции в стране и мире.

Инфляция приводит к росту отпускной цены автомобиля, т. е. сужает возможности людей приобретать автомобили сейчас и вынуждает откладывать покупку на потом. В то же время инфляция приводит к снижению платёжеспособного спроса населения — таким образом, спрос на рынке автомобилей уменьшается. Но одновременно действуют и противоположные силы. Это, прежде всего, стремление людей вложить деньги в материальные ценности и таким образом «обойти инфляцию».

Кроме того, увеличиваются мощности заводов автопрома, выпуск автомобилей растёт, что также влечёт снижение процентных ставок, так как увеличивает предложение. Так, с конвейеров российских автозаводов в 2023 году сошло более 720 тыс. автомобилей всех видов, что на 16 % больше показателя 2022 года. При этом в России идёт сборка автоиномарок: Hyundai Solaris, Kia Rio, Chevrolet Cruze, Opel Astra, Toyota Camry, Nissan Teana, Nissan X-Trail, Nissan Murano. Самым покупаемым легковым автомобилем эксперты рынка считают модель Lada Granta.

На 2024 год прогнозируется уменьшение процентной ставки по автокредитам до 14–16 % годовых, но все равно она останется очень высокой. На данный момент разброс процентных ставок на рынке автокредитования невелик (табл. 2).

Таблица 2

Сопоставление ставок процента по кредитным продуктам крупных игроков рынка автокредитования по состоянию на начало 2024 года

Название банка	Начальная ставка, %	Ставка, %, с учетом субсидий
Сбербанк	15–17 %	9,5–11,5 %
Газпромбанк	15 %	9,5 %
Россельхозбанк	15 %	9,5 %
РОСБАНК	16,5–21 %	11–15,5 %
Юникредит Банк	13,5–16,5 %	8–11 %
Банк ВТБ	16–17 %	10,5–11,5 %

Важно, что банки обязаны рассчитывать и указывать в кредитном договоре полную стоимость кредита [2]. Она варьируется у банков очень сильно, например: Альфа-Банк указывает диапазон от 14,4 до 37,4 %, у Хоум Банка — от 9,3 до 36,6 %, у Кредит Европа Банка — от 9,0 до 28,9 %. Это говорит о том, что кредитные продукты содержат много условий и дополнительных услуг.

В настоящее время автокредит является популярным банковским продуктом, это подтверждается данными аналитического агентства «Автостат»: в России за первую половину 2023 года было продано 2,75 млн легковых автомобилей с пробегом, что на 27 % больше, чем за тот же период 2022 г. [3].

Среди лучших банков по условиям автокредитования в 2024 году потребители отмечают: Тинькофф Банк, Альфа-Банк, Газпромбанк, Почта Банк, ВТБ, Экспобанк, ОТП Банк, Хоум Банк, Райффайзен Банк, Кредит Европа Банк. Как видим, в десятке банков-лидеров рынка автокредитования ровно половина — иностранные банки, они обслуживают кредитование иномарок, пользующихся наибольшей популярностью в России. По итогам 2023 года спрос на автомобили, импортируемые из КНР, вырос почти в 4 раза.

Итак, из-за резких экономических и политических изменений появились проблемы рынка автокредитования, которые мешают банкам конкурировать и продвигать автокредитование. Если сформулировать очень коротко, то проблемы сводятся к двум обстоятельствам непреодолимой силы: 1) высокие процентные ставки, 2) дефицит автомашин с высоким спросом на определённые марки и бренды [3].

На сегодняшний день главными факторами данных проблем стали: повышение ключевой ставки Центробанка до 16 % и прекращение ввоза многих марок автомобилей из-за санкций на Россию со стороны западных стран.

Цены на автомобили очень высоки, поэтому потенциальные заёмщики хотят получить кредит на длительный срок, но из-за высокой процентной ставки сумма переплаты слишком велика, а кроме того, в большинстве банков обязательным условием получения автокредита является оформление страховки, которая увеличивает сумму переплат. Из-за узкого выбора марок автомобилей клиенты не спешат с приобретением новой машины, так как китайские авто не пользуются большим спросом по сравнению с теми марками машин, которые перестали ввозить в Российскую Федерацию, но теперь в связи с повышенной процентной ставкой, большой суммой переплаты и высокой стоимостью автомобиля люди тем более с осторожностью рассматривают вариант приобретения китайских автомашин. Безусловно, в автосалонах остались и другие марки автомобилей, но они имеют очень высокую стоимость.

Так каким же образом банкам повышать свою конкурентоспособность в нынешних условиях? Прежде всего, не нужно ожидать момента, когда процентная ставка начнёт снижаться. Надо улучшать менеджмент и использовать рекламу субсидированных процентных ставок, а в дальнейшем — рефинансирования кредита. В начале 2024 года цены на автомобили снизились, но это произошло скорее из-за дисбаланса поставок и спроса в конце 2023 года, а не по каким-либо другим причинам. Граждане имеют возможность оформить автокредит по субсидированной процентной ставке, льготным программам кредитования и далее воспользоваться рефинансированием кредита.

Кроме привлечения клиентов с помощью рекламы и менеджмента, банкам стоит модифицировать и улучшать свои кредитные продукты. Так, банки могут рассматривать варианты автокредитования, при которых страхование КАСКО, а точнее его отсутствие, не будет сильно влиять на увеличение процентной ставки по кредиту. Большое повышение процентной ставки при отказе от автострахования или личного страхования, согласно данным «Банки.ру», является главным минусом у лидирующих банков в автокредитовании [4].

Также банки для увеличения своего кредитного портфеля могут использовать сотрудничество с брендовыми автосалонами. Активно сотрудничая с дилерами, банки смогут увеличить количество выданных автокредитов и расширить клиентскую базу.

Таким образом, коммерческие банки заинтересованы в увеличении объёмов автокредитования и, несмотря на все негативные факторы и тенденции, должны выбирать умеренную кредитную политику, ведь не каждый заёмщик является кредитоспособным, а выстраивание жёстких рамок получения кредитного продукта не принесёт банкам большего количества клиентов и прибыли, соответственно, будет низкая конкурентоспособность банка.

Список литературы

1. Евдокимова С. С. Рынок автокредитования в России: тенденции и проблемы развития. — 2023. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-avtokreditovaniya-v-rossii-tendentsii-i-problemy-razvitiya>.
2. Колоскова Н. В., Колпаков В. В. Политика повышения доступности финансовых услуг и её современные особенности // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. — 2023. — № 1 (43). — С. 57–78.
3. Куразова Д. А. Актуальные проблемы автокредитования. — 2022. — URL: <https://админ.авсэ.рф/Files/ArticleFiles/b38491ed-0358-461d-865e-f3f94d806b79.pdf>.
4. Аналитический центр Банки.ру. — URL: <https://www.banki.ru/products/autocredits/search/>.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ФИНАНСОВОГО МОШЕННИЧЕСТВА

Е. Н. Васильева, *обучающийся*, Н. Д. Евтягина, *преподаватель*
Красноярский кооперативный техникум экономики, коммерции и права
(ККТЭКиП),
г. Красноярск, Россия
kktmail@mail.ru

Данное исследование посвящено теме финансового мошенничества. Определение вида и сущности данного преступления с учётом российского законодательства. Особое внимание уделяется способу безопасного и эффективного сохранения финансов, а также тому, как избежать мошенничества в жизни, в интернете и по телефону.

Ключевые слова: финансовое мошенничество, финансовая грамотность населения.

В ходе изучения темы финансового мошенничества были взяты все её аспекты: углубились в историю возникновения; кто больше всего подвержен воздействию мошенников; причины, по которым мошенники идут на преступление; почему люди ведутся на их уловки; как защититься от мошенников, а также сохранить свои финансы и имущество.

Мошенничеством мы привыкли называть любой обман, но с юридической точки зрения это неверно. В соответствии со статьей 159 Уголовного кодекса РФ, мошенничество — это хищение чужого имущества или приобретение права на чужое имущество путем обмана или злоупотребления доверием. История такого вида преступления достаточно давняя, и не является чем-то новым, всегда находились те, кто был готов завладеть чужими деньгами или имуществом путем обмана. Уже в первых уголовных законах России упоминаются преступления, фактически являющиеся финансовым мошенничеством. Правда, формулировка понятия мошенничества фиксировалась как кража, совершенная при помощи обмана. С принятием Уголовного кодекса в 1922 году (с изменениями 1926 года) уже закрепилось то понятие мошенничества, которое трактуется применяемым в настоящее время нормативным документом.

Традиционно больше всего мошенничеству подвержены пожилые люди. Большинство людей старшего возраста, заставших времена СССР, переживших перестройку, подсознательно ассоциируют банк с государством. И мыслей о том, что их могут обмануть, у них не возникает. К тому же эволюционно люди привыкли подчиняться, поэтому легко ведутся на психологические манипуляции злоумышленников. Также мошенничеству подвержены вдовцы, незамужние и разведенные дамы: это связано с «психологической уязвимостью людей, утративших близкого человека». Хотя не стоит думать, что только молодые люди доверяют мошенникам. И более молодое поколение (и даже совсем молодые люди) по каким-то причинам тоже попадают под разные мошеннические схемы. Сложно понять, почему это происходит. Сейчас активно

освещают эту проблему и по телевизору, и даже когда едешь в автобусе, все время слышишь по громкой связи слова предупреждения о новых схемах, с помощью которых произошли случаи обмана. Люди опять становятся жертвами мошенников.

Почему же это происходит? Откуда эта потребность к обману, к легкой наживе? Тут, конечно, можно и составлять психологический портрет таких преступников. Многие просто ищут лёгкий способ заработка, но не нужно и сбрасывать со счетов, что в нынешних условиях ухудшается материальное положение осязаемой части населения в результате экономических кризисов, как внутри страны, так и влияющих на нашу жизнь извне. Поэтому людям приходится обращаться за получением заемных средств. Причем в связи с инфляцией и подорожанием товаров и услуг увеличивается необходимая сумма. С другой стороны, легальные кредиторы ужесточают требования к клиентам. Естественно, это провоцирует рост отказов по заявкам, причем не только в банках, но и в более лояльных микрофинансовых организациях. Возникает спрос на нелегальном рынке кредитования, где практически все представители — мошенники. Они, в свою очередь, моментально реагируют на изменение спроса.

Одним из современных видов мошенничества является телефонное мошенничество. На него не реагирует лишь очень малый процент населения россиян, не многие могут устоять перед уловками телефонных мошенников, представляющих себя сотрудниками банка или правоохранительных органов.

Статистика таких преступлений показывает, что на первом месте стоят случаи финансового мошенничества с использованием интернета, здесь отмечается даже рост с 276,1 тыс. до 377,6 тыс. Это третья часть в общем объеме таких преступлений. На втором и третьем местах оказались мошенничества, совершенные с применением средств мобильной связи и пластиковых карт. Их число выросло до 220,2 тыс. и 99,6 тыс. соответственно.

Различные данные показывают, что среди видов финансового мошенничества все же больше всего люди сталкиваются с телефонным мошенничеством — около 91 % всех случаев обмана. Здесь абсолютно разные варианты обмана, от звонков якобы служб безопасности банков до работников силовых структур, есть звонки и от работников социальных фондов. Несомненно, финансовые мошенники обладают не только «богатой фантазией», но и технически тоже основательно оснащены. Звонки поступают с разных номеров, в короткий промежуток времени может пройти достаточно большое количество звонков независимо от времени суток, что ставит человека в тупик, дает возможность мошенникам подчас заполучить необходимые сведения (код карты, ИНН, паспортные данные) или даже успеть оформить перевод денежных средств со счетов граждан. Среди мошенничества в интернете чуть в большей степени выделяется фишинг (51 %), затем мошенничество, связанное с поиском работы (49 %), а на третьем месте — сетевой маркетинг (46 %).

Сообщения о каких-либо выигрышах, всевозможные сообщения, содержащие ссылки, которые позволяют посторонним лицам получить доступ к финансам гражданина через банковское приложение, так или иначе, это все элементы

фишинга, т. е. использование персональных данных (пароля, логина) с целью похищения средств с банковской карты.

Бывают случаи имущественного мошенничества с участием «фейковых агентств» недвижимости. Услуги предлагаются заочно, по телефону, на выгодных условиях. Представляясь специалистами известных риэлтерских компаний, обманывая людей, мошенники преследуют только цель финансовой наживы за счет населения.

Уловки мошенников, кажется, не имеют границ, но тем не менее, нужно бороться с этим явлением, повышать финансовую грамотность населения. С позиции государства осуществляются все необходимые меры для этого. Здесь играет роль и постоянное освещение данной проблемы со стороны средств массовой информации, все случаи доносятся до населения с одной лишь целью — предупредить каждого, правоохранительные органы на регулярной основе проводят эту работу. Телевидение, обладая мощным воздействием на массы, кроме того, организует онлайн-уроки финансовой грамотности как для самых маленьких, так и для людей постарше. В школах на постоянной основе введены уроки финансовой грамотности, чтобы с самых ранних лет формировались необходимые знания в области финансов по самым различным направлениям, в том числе и о том, как обезопасить свои сбережения. Те же цели преследуют и занятия по финансовой грамотности в техникумах, в колледжах. И это правильно. Хотя, конечно, полностью эта мера не защитит от попыток схитрить, обмануть людей со стороны финансовых мошенников. Ведь повышение финансовой грамотности каждого из нас, несмотря на очень положительный эффект, к сожалению, не может полностью обезопасить от финансового мошенничества.

Как же избежать этого? Ведь мошенники не стоят на месте, они придумывают все новые и новые схемы обмана, и это происходит постоянно во всем мире. Достаточно эффективной мерой следует отметить принятие закона о самозапрете на выдачу кредитов, в соответствии с которым граждане смогут запретить выдачу займов себе. Подав заявление через МФЦ или Госуслуги, люди могут защитить себя от нежелательных обязательств. Кроме того, для защиты себя, своих финансов каждому следует обезопасить себя:

- 1) путем установления антивирусных программ, использовать более сложные пароли, а также не переходить по сомнительным ссылкам;
- 2) не отправлять свои данные через приложения, в мессенджерах, которые сохраняют их, и из которых эти данные очень легко достать;
- 3) не привязывать свои рабочие и кредитные карты (особенно с внушительными суммами). Для интернет-магазинов и любых онлайн-покупок стоит завести отдельную карту и на неё перечислять нужную сумму;
- 4) не нужно давать вообще никакую личную информацию по телефону;
- 5) свяжитесь со своими близкими, переждите какое-то время, не делайте поспешных движений, особенно если речь идет о необходимости снятия денег с ваших карт. Обязательно обратитесь в банк, найдите для этого время, просто перестаньте отвечать на звонки и выключите ваш телефон.

Таким образом, применяя предложенные меры, есть шанс избежать обмана

со стороны финансовых мошенников, сохранить свои сбережения и нервы.

Список литературы

1. Мошенничество по телефону [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.kp.ru/expert/elektronika/moshennichestvo-po-telefonu/>.
2. История развития мошенничества, современные виды мошенничества и способы борьбы с ними [Электронный ресурс]. — URL: <https://apni.ru/article/657-istoriya-razvitiya-moshennichestva-sovremennie>.
3. Кризис может повлечь рост мошенничества в финансовом секторе — эксперт [Электронный ресурс]. — URL: <https://chr.rbc.ru/chr/freenews/624442859a79475d50c75ad2?from=copy>.
4. История мошенничества как преступления в России [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.advokat-sarkisov.ru/glossariy/moshennichestvo/>.

ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ГОРОДОВ

Е. В. Васич, *обучающийся*, Э. С. Боронина, *канд. экон. наук, доцент*
Новосибирский государственный университет экономики и управления,
«НИНХ» (НГУЭУ),
г. Новосибирск, Россия
Lizochka2809@mail.ru, ella.boronina@gmail.com

Проблематика формирования успешной социально-экономической стратегии малого города является крайне актуальной в связи с тем, что малые города важны для развития территории РФ. В данной работе рассмотрены особенности формирования социально-экономической стратегии развития малого города на примере г. Бийска и финансовая поддержка выбранных направлений развития. Осуществлен анализ миграционных процессов за последние пять лет. Проанализирована структура бюджета города и сделан вывод о том, что рост размера бюджета позволяет снизить миграционный отток.

Ключевые слова: социально-экономическая стратегия, бюджет, миграционные оттоки, развитие малого города, финансирование.

В настоящее время фокус решения социально-экономических вопросов все больше смещается на уровень субъектов федерации, в то время как стратегическое региональное управление становится ключевым методом обеспечения устойчивого социально-экономического развития. Бюджетная политика региона считается важным инструментом регулирования социально-экономической стратегии развития.

Проблематика формирования успешной социально-экономической стратегии развития малого города является крайне актуальной в связи с тем, что малые города важны для сохранения территории РФ. Следовательно, целью исследования является анализ направлений социально-экономической стратегии, способствующих развитию малого города и уменьшению миграционных оттоков, а также финансовое обеспечение предлагаемых мероприятий.

В крупных населенных пунктах сосредоточена основная инфраструктура, образовательные учреждения, специализированные больницы, развитое промышленное производство, более высокие, по среднестатистическим данным по России, доходы. Эти аспекты делают крупные города более привлекательными для молодых кадров, студентов и профессионалов, строящих карьеру. Как следствие, появляется отток большого количества людей из малых городов и сел в крупные города-миллионники. Процессы миграции молодежи приводят к негативным последствиям и в дальнейшем оказывают значительное влияние на развитие малого города. Существует необходимость в разработке способов ликвидации вышеобозначенной проблемы, которая оказывает негативное влияние на развитие малых городов.

Рассмотрим статистику количества городов и численности постоянного населения в них на 1 января 2024 года, представленную на рис. 1.

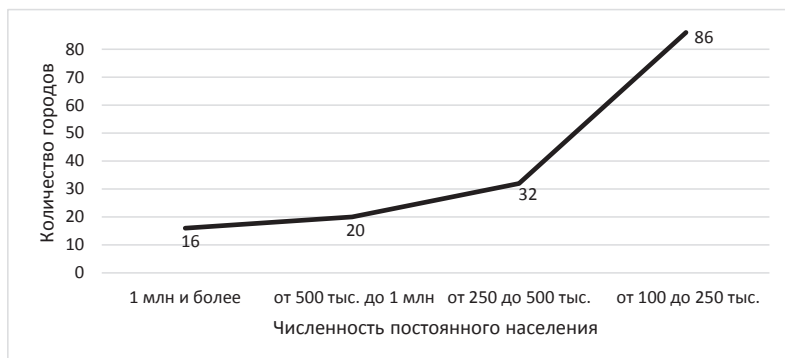


Рис. 1. Группы городов в зависимости от численности постоянного населения в Российской Федерации на 01.01.2024 г.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что наименьшее количество городов приходится на субъекты с численностью постоянного населения 1 млн человек и более — 16 городов, далее 20 городов с численностью населения от 500 тыс. до 1 млн человек, 42 города насчитывается в группе с численностью от 250 до 500 тыс. человек и наибольшее количество городов с численностью постоянного населения от 100 до 250 тыс. человек — 86 субъектов. График показывает, что 52 % от общей численности городов приходится на долю городов с наименьшей численностью, которые относятся к малым городам РФ, что говорит об актуальности данной темы.

Рассмотрим социально-экономические особенности города на примере г. Бийска. Бийск — это второй по численности населения город в Алтайском крае, в котором проживает 9 % населения региона и на 1 января 2024 года составляет 195 356 человек. Ближайшими крупными городами являются Барнаул, Новосибирск, Кемерово. Бийск располагается в центре крупнейшего сельскохозяйственного региона России и является базовым центром для активно развивающейся туристической отрасли в Горном Алтае.

Рассмотрим изменение численности населения города Бийска в период 2019–2023 гг. Численность населения города Бийска за 2019 год составила 200 629 человек, далее в 2020 году показатель уменьшился на 2 196 человек и был равен 198 433, что выше на 14 794, чем в 2021 году. В период 2021–2023 гг. численность увеличивалась сначала на 5 787 и стала составлять 189 639 человек, далее на 5 717 и достигла 195 356 в 2023 году [2].

Один из главных факторов, оказывающих большое влияние на изменение численности населения — это миграция. В течение 2023 года в г. Бийск прибыло 4 281 человек, выехало 2 776 человек, таким образом, миграционный прирост составил 1 505 человек. Согласно данным крайстата, за аналогичный период 2022 года миграционный прирост был 832 человека, что меньше на 673 человека. Необходимо отметить, что за 2023 год замедляется миграционный отток населения.

Рассмотрим бюджет города Бийска за 2019–2023 гг. Общий объем доходов бюджета города в 2019 году составлял 4 165 млн руб., в то время как общий объем расходов равен 4 251 млн руб. На 2020 год доходная часть бюджета города составляла 4 507 млн руб., расходная — 4 665 млн руб. Доходная часть следующего 2021 года составляла 5 459 млн руб., расходная — 5 617 млн руб. Общий объем доходов за 2022 год равен 6 341 млн руб., расходов — 6 330 млн руб. Итоговый объем доходов за 2023 год составлял 6 195 млн руб., расходов — 6 434 млн руб. Далее наглядно представим динамику расходной и доходной части бюджета в период за пять лет с 2019 по 2023 год (рис. 2) [1].

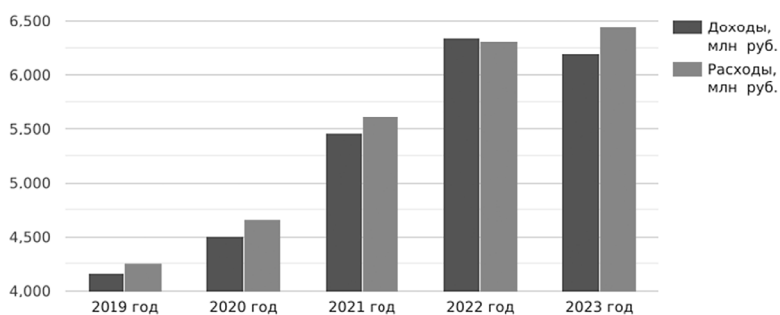


Рис. 2. Общий объем расходов и доходов бюджета в 2019–2023 гг в г. Бийске

Таким образом, проанализировав динамику миграционных процессов населения и размер доходной и расходной частей бюджета г. Бийска, можно сделать вывод, что наблюдается взаимосвязь показателя численности населения и размера бюджета города. Так, с 2021 по 2023 год расходная и доходная часть бюджета росла, что положительно сказывалось на развитии инфраструктуры города, вследствие чего увеличивалась численность, а миграционные оттоки снижались. В 2022 году расходная часть бюджета составляла 6 330 млн руб. и увеличилась на 105 млн руб. до 6 434 млн руб. в 2023 году, а численность населения в г. Бийске за 2022–2023 гг. выросла до 195 356 человек.

Данную тенденцию можно объяснить тем, что миграция влечет за собой ряд негативных последствий, в то время как территориальные ресурсы и демографический потенциал способствуют социально-экономическому развитию всех сфер деятельности малого города. Социально-экономическая ситуация в городе определяется развитием научно-производственного комплекса города, туризма, других отраслей инновационной экономики наукограда, реализующих собственную продукцию в других регионах и привлекающих в город финансовые ресурсы.

Рассмотрим финансовое обеспечение задач по развитию города, проанализировав расходную часть бюджета г. Бийска (табл.).

**Распределение бюджетных ассигнований
по разделам расходов бюджета г. Бийска за 2021 – 2023 гг.**

Наименование	Сумма, тыс. руб.			2022 к 2021		2023 к 2022	
	2021	2022	2023	тыс. руб.	в %	тыс. руб.	в %
Общегос. вопросы	370 252	383 768	402 397	13 516	103,7	18 629	104
Нац. безопасность	48 335	54 808	63 505	6473	113,4	8697	116
Национальная экономика	861 842	1 292 742	1 190 001	430 900	150	-102 741	92
Жилищно-коммунальное хоз-во	709 695	1 057 483	1 092 289	350 788	149	34 806	103
Охрана окруж. среды	600	2356	4632	1756	393	2276	197
Образование	2 641 426	2 723 846	2 954 091	82 420	103	230 245	108
Культура и кино	237 534	245 731	249 888	8197	103	4157	102
Социальная политика	306 196	196 743	249 264	-109 453	64	52 521	127
Физическая культура и спорт	438 454	369 011	224 359	-69 443	84	-144 652	61
СМИ	2567	3110	3214	543	121	104	103
Обслуживание гос. долга	551	520	477	-31	94	-43	92
<i>Итого</i>	5 617 454	6 330 122	6 434 117	712 668	113	103 995	102

Исходя из данных таблицы, делаем вывод, что статья «Образование» составляет большую часть расходов бюджета г. Бийска, и за 2021 – 2023 гг. данный показатель увеличился на 312 665 тыс. руб. К примеру, на данный момент, выделяются средства на программу «Развитие образования в г. Бийске» на 2023 – 2025 гг. Изменились в отрицательную сторону показатели «национальной экономики» и «социальной политики», на статью расходов «Физическая культура и спорт» с 2020 по 2023 год стало выделяться почти в два раза меньше расходов. Полагаем, что для реализации стратегии развития важно изменить эту тенденцию, увеличивать объемы финансирования и активизировать работу по организации досуга молодежи. Стоит заметить, что большинство показателей имеют положительную динамику.

Одним из основных направлений развития города могут стать повышение эффективности использования географического расположения и развитие туризма. Следовательно, требуется финансирование центра инновационного развития и профессиональной подготовки специалистов индустрии туризма в городе Бийске. Также важно сохранение и привлечение новых производств с помощью финансирования проектов по обучению местных предпринимателей современным методам хозяйствования, так как предприятия играют важную роль в городской экономике. Финансовая поддержка вышеперечисленных мероприятий подразумевает увеличение финансирования по определенным статьям бюджета, позволяет осуществить реализацию выбранных направлений

социально-экономического развития города, препятствует процессу оттока молодых кадров и, как следствие, способствует его развитию. Рост размера бюджета позволяет снизить миграционный поток.

Список литературы

1. Бюджет города [Электронный ресурс]. — URL: <https://biysk22.ru/city/economies/budget/> (дата обращения: 29.02.2024).
2. Город в цифрах, численность Бийск [Электронный ресурс]. — URL: <https://biysk22.ru/city/economies/number/> (дата обращения: 29.02.2024).

ОСОБЕННОСТИ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПАНИЙ

Т. В. Дробина, *обучающийся*, Э. С. Боронина, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
tany.drobina@mail.ru

Актуальность темы обусловлена тем, что себестоимость продукции является важнейшим показателем производственно-хозяйственной деятельности промышленных организаций и стратегически важным фактором для обеспечения конкурентоспособности предприятий. Объектом наблюдения в исследовании являлось одно из ведущих предприятий Сибири по выпуску цемента — АО «Искитимцемент». По результатам анализа себестоимости компании по элементам затрат на 1 т цемента можно сделать вывод о том, что увеличение себестоимости происходит в основном за счет увеличения расходов материальных затрат по статьям «Сырье и материалы» и «Энергоресурсы». Статья «Сырье и материалы» увеличивается за счет роста цены на 1 т сырья в среднем на 14 % в год, статья «Энергоресурсы» (тепловая энергия, электроэнергия, вода и водоотведение) увеличивается за счет увеличения тарифов, в среднем на 7 % в год. Резервами для снижения себестоимости являются: оптимизация процесса доставки и складирования, поиск более дешевого сырья не в ущерб техническому процессу производства.

Ключевые слова: себестоимость продукции, методы калькулирования, отклонения от нормативных значений, резервы роста эффективности.

Промышленные компании сталкиваются с рядом вызовов, требующих эффективного управления производственными процессами. Среди них ключевое значение приобретает точное калькулирование себестоимости продукции. Организации могут применять разные методы калькулирования. Выбор конкретного метода зависит от типа производства, его сложности, длительности производственного цикла, ассортимента производимой продукции.

Целью исследования является анализ статей затрат в себестоимости продукции крупной промышленной компании и поиск направлений снижения себестоимости производимых изделий. Объектом наблюдения в данном исследовании выступает промышленная компания АО «Искитимцемент», которая является одним из ведущих предприятий по выпуску цемента в Сибири. На заводе функционируют четыре технологические линии. Основные этапы производства портландцемента: добыча сырья, приготовление сырьевой смеси (дробление, помол, гомогенизация), обжиг сырьевой смеси, помол обожженного продукта (клинкера) с добавками до получения тонкодисперсного порошка (цемент).

За 2023 год АО «Искитимцемент» произвело 1,32 млн тонн цемента, что на 14 % больше, чем за 2022 год. Около 85 % общего объема производимого цемента используется строительными компаниями Новосибирской области. Более 80 % от общего объема готовой продукции составляет высокомарочный цемент, предназначенный для производства высокопрочных бетонных и железобетонных конструкций. Мощность завода составляет 2,1 млн тонн цемента в год.

На рис. 1 представлен анализ себестоимости на 1 т цемента по элементам затрат за 2023 год. Можно сделать вывод, что увеличение себестоимости идет за счет материальных затрат — это затраты на сырье и материалы, энергоресурсы, на оплату труда. Наибольшие изменения себестоимости связаны с ростом цен на одну тонну сырья, в среднем на 14 % в год, увеличением тарифов на энергоресурсы в среднем на 7 % в год, устанавливаемых энергоснабжающими предприятиями.

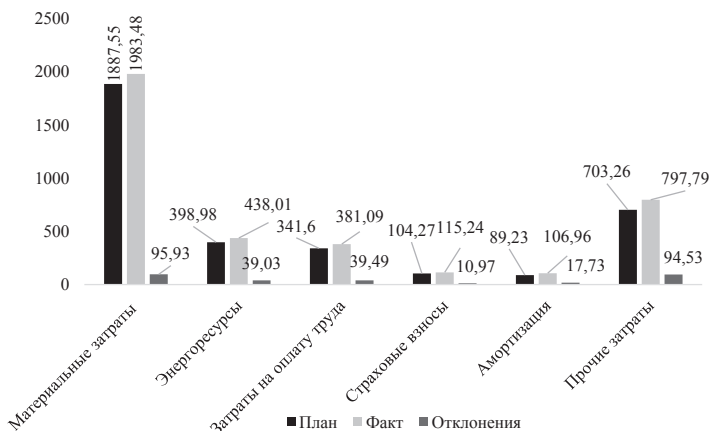


Рис. 1. Статьи затрат в себестоимости цемента за 2023 год, руб./т

Для того, чтобы детальнее понять причины отклонений себестоимости затрат на выпуск цементной продукции, выявляют отклонения по каждой значимой статье себестоимости. Так, например, по статье «Материальные затраты» отклонение от планово-расчетных норм представлены на рис. 2.

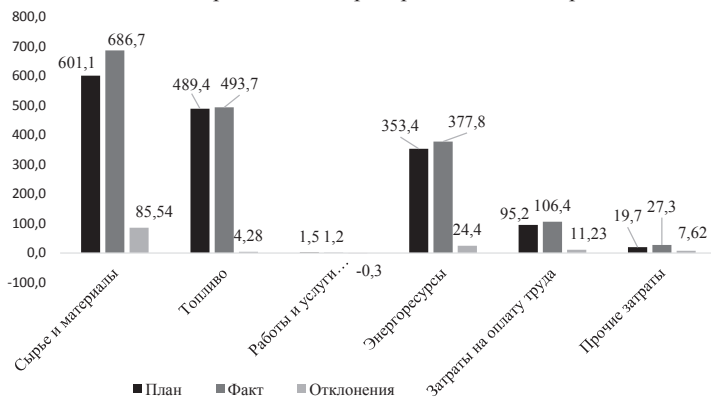


Рис. 2. Материально-производственные затраты на производство 1 т цемента в 2023 г., руб./т

Согласно данным рис. 2, наибольшие отклонения расхода материально-производственных затрат связаны с ростом затрат на сырье и материалы, энерго-ресурсы и оплату труда.

Обратимся к анализу компонентов затрат по статье «Сырьевой шлам» как одной из наиболее значимых статей в себестоимости тонны цемента. Согласно данным рис. 3, основной рост по сравнению с 2022 годом приходится на сырье, на оплату труда и затраты на грузоперевозки. Можно предположить, что рост затрат на сырье и грузоперевозки обусловлен ростом цен и тарифов, а рост оплаты труда — за счет ежегодной индексации заработной платы на 5 %.

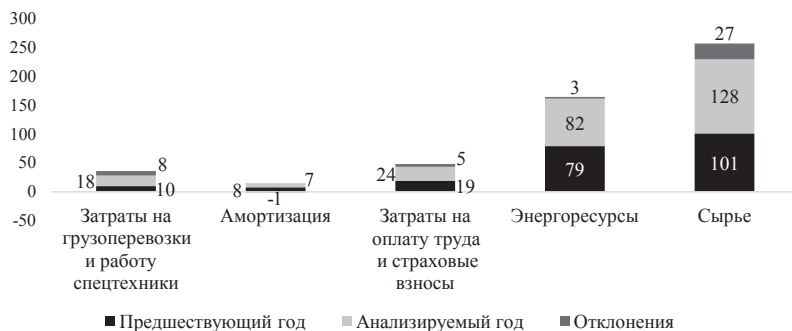


Рис. 3. Динамика структуры себестоимости сырьевого шлама за 2022–2023 гг., руб./т

Из проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

1) наибольшую часть в структуре затрат производства одной тонны цемента составляют сырье и материалы, а также энерго-ресурсы;

2) затратами необходимо управлять. Для улучшения финансовых показателей компании надо обратить внимание на оптимизацию расходов. Так, в процессе закупки сырья и материалов можно закупать менее дорогостоящие материалы, однако они должны быть качественными и соответствовать техническому процессу производства;

3) необходимо заниматься оптимизацией производственных процессов: например, оптимизировать процесс управления погрузкой и транспортными средствами на территории предприятия от момента заезда за шлаглабум до момента выезда, что предполагает сокращение времени их прохождения и тем самым экономит временные и материальные затраты.

Таким образом, анализ себестоимости продукции позволяет определить ключевые составляющие затрат, влияющих на формирование конечной стоимости продукции и финансовый результат от ее продажи, что позволяет компании оставаться финансово устойчивой. Резервами для снижения себестоимости являются: оптимизация процесса доставки и складирования, поиск более дешевого сырья не в ущерб техническому процессу производства.

Список литературы

1. Алексеева Л. Ф. Внедрение новейших систем калькулирования на Российских предприятиях [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnedrenie-noveyshih-sistem-kalkulirovaniya-na-rossiyskih-predpriyatiyah> (дата обращения: 23.02.2024).
2. Мизиковский И. Е., Формирование плановой калькуляции себестоимости продукции предприятий обрабатывающих отраслей [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-planovoi-kalkulyatsii-sebestoimosti-produksii-predpriyatii-obrabatyvayuschih-otraslei> (дата обращения: 23.02.2024).
3. Ордынская М. Е., Ситимов З. Р. Выбор метода и система учета затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vybor-metoda-i-sistemy-ucheta-zatrat-na-proizvodstvo-i-kalkulirovaniya-sebestoimosti-produksii> (дата обращения: 25.02.2024).
4. Официальный сайт компании АО «Искитимцемент» [Электронный ресурс]. — URL: <https://iskcem.ru/> (дата обращения: 25.02.2024).
5. Ведомость : газета [Электронный ресурс]. — URL: https://www.vedomosti.ru/press_releases/2024/02/16/iskitimtsement-v-2023-godu-velichil-obemi-proizvodstva-na-14 (дата обращения: 25.02.2024).

ЦИФРОВОЙ РУБЛЬ КАК НОВАЯ ФОРМА НАЦИОНАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ

Д. Г. Емельянов

Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ksenijasib@mail.ru

В статье проанализирован цифровой рубль. Рассмотрены характеристики, механизм работы, законодательная база. Произведена оценка эффективности деятельности по разработке и подготовке к применению новой формы национальной валюты — цифрового рубля.

Ключевые слова: цифровой рубль, валюта, банк, продвижение, клиент.

Цифровой рубль — это цифровая форма российской национальной валюты, которая будет выпускаться Центральным банком РФ в дополнение к наличным и наличным деньгам в соотношении 1:1:1. По своему функционалу российский продукт ничем не будет отличаться от существующих форм денег — наличных и безналичных. При этом клиентам будет предоставлено право самим решать вопрос о необходимости приобретения цифровой формы валюты [1].

Цель создания цифрового рубля — дать клиентам возможность пользоваться современной высокотехнологичным финансовым продуктом, упрощающим оказание банковских услуг, в том числе проведением денежных платежей и переводов. Новая форма рубля призвана как для совершения каждодневных операций (покупка/оплата товаров, работ, услуг), так и для инвестиций на фондовых рынках и работ с различными активами.

Цифровые рубли будут храниться на специально созданных счетах цифрового рубля, а также в цифровых кошельках физических и юридических лиц. Открытие и ведение этих счетов будет осуществляться на платформе Банка России. На этой же платформе будут проводиться операции с цифровыми рублями. Доступ к счетам цифрового рубля будет предоставляться через мобильные приложения банков, а также через интернет-банки. Цифровой рубль представляет собой электронный аналог денег, обладающий некоторыми ограничениями:

- 1) на цифровые рубли не будет начислений кэшбэка и процентов;
- 2) возможность открытия вкладов в цифровых рублях отсутствует;
- 3) выдача кредитов и ипотек в цифровых рублях производиться не будет;
- 4) займ денег в форме цифровых рублей будет невозможен;
- 5) выпуск векселей в цифровых рублях осуществляться не сможет.

Данный банковский продукт не является криптовалютой. Цифровой рубль — это актив, эмитируемый только Центральным банком РФ, никакой другой регулятор денежного обращения страны эту функцию выполнять не может. Табл. 1 подтверждает конкурентные преимущества и эффективность нового российского финансового продукта.

Таблица 1

Конкурентные преимущества и эффективность цифрового рубля [3]

Для граждан и организаций	Для финансового рынка	Для государства
Доступ к кошельку через банк, где зарегистрирован клиент	Повышенная конкурентоспособность	Снижение издержек на управление бюджетными платежами
Проведение операций по единому тарифу (1 руб. нал. = 1 руб. безнал. = 1 цифр. руб.)	Выпуск инновационных сервисов и финансовых продуктов	Возможное упрощение трансграничных платежей
Возможность работы в офлайн-режиме (без интернета)	Развитие новой платежной инфраструктуры	
Высокий уровень безопасности		

За предыдущие три года были пройдены несколько важных этапов в процессе создания и тестового использования цифрового рубля.

2021 год — в декабре Центральный банк РФ создал прототип платформы цифровой валюты.

2022 год — платформа Центрального банка РФ проходила тестирование, в ходе которого были созданы долгосрочный план развития цифрового рубля и дорожная карта.

2022 год — велось создание нормативно-правовой базы для начала деятельности по работе с цифровыми рублями.

2023 год — Банк России начал проводить тестовые операции с реальными цифровыми рублями. Для выполнения этой работы были задействованы некоторые клиенты отдельных банков из пилотной группы. В марте этого года восемь банков завершили проведение тестовых переводов между физическими лицами. На данном этапе банки успешно выполняли операции по регистрации, открытию и пополнению кошельков, а также переводам средств между клиентами.

2030 год — планируется к этому году полное введение цифрового рубля в потребительский оборот и полноценное использование вместе с наличными и безналичными деньгами [2].

В табл. 2 представлена пилотная группа банков, часть клиентов которых проводила реальные операции с цифровыми рублями.

Таблица 2

Пилотная группа тестируемых кредитных организаций

Кредитные организации		
ПАО «Ак Барс Банк»	АО «Газпромбанк»	ПАО «Сбербанк»
АО «Альфа-Банк»	АО «Тинькофф Банк»	ПАО «СКБ-банк»
АО «Банк ДОМ.РФ»	ПАО «Промсвязьбанк»	АО «Банк СОЮЗ»
ПАО «Банк ВТБ»	ПАО «Росбанк»	ПАО «ТРАНСКАПИТАЛБАНК»
ПАО «МТС-Банк»	АО «КИВИ Банк»	ПАО «Совкомбанк»

Главный оператор платформы цифрового рубля — Центральный банк РФ, согласно нормативно-правовой базе, обязан обеспечить:

- обслуживание счетов цифрового рубля пользователей платформы;
- доступ пользователей и участников к платформе;
- надлежащий учет и хранение информации о проводимых операциях с цифровыми рублями и остатке цифровых рублей на счете;
- бесперебойную работу платформы.

Решением Совета директоров Банка России на основании Федерально-го закона «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 10.07.2002 № 86-ФЗ были определены тарифы на услуги оператора и размеры вознаграждений участникам платформы, представленные в табл. 3.

Таблица 3

Тарифы на услуги оператора платформы за переводы цифровых рублей с 1 января 2025 года

Операция	Платательщик средств	Получатель средств	Тариф	Взимается
C2C/C2B	Физ. лицо	Физ. лицо / Юр. лицо	0 %	С плательщика
C2B	Физ. лицо	Юр. лицо	0,3 % суммы перевода, но не более 1 500 руб. за 1 перевод	С получателя
C2B — оплата коммунальных услуг	Физ. лицо	Юр. лицо	0,2 % суммы перевода, но не более 10 руб. за 1 перевод	С получателя
B2C — возврат	Юр. лицо	Физ. лицо	0 %	С плательщика
B2B	Юр. лицо	Юр. лицо	15 руб. за один перевод	С плательщика

Таким образом, в результате применения цифрового рубля произойдет усиление контроля со стороны государства над всем финансовым сектором, а также будет открыт целый ряд инновационных возможностей не только для физических, но и для юридических лиц. Появится риск возникновения ряда негативных последствий как для граждан, так и для бизнеса.

Список литературы

1. Цифровой рубль: что известно о третьей форме денег в России // Гарант.ру [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.garant.ru/article/1642927/> (дата обращения: 17.02.2024).
2. Что такое цифровой рубль и когда его введут // Газпромбанк инвестиции [Электронный ресурс]. — URL: <https://gazprombank.investments/blog/economics/digital-ruble/> (дата обращения: 17.02.2024).
3. Цифровой рубль // Банк России» [Электронный ресурс]. — URL: <https://cb.rg/fintech/dr/> (дата обращения: 17.02.2024).

ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВОЙ КУЛЬТУРЫ НА ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ ГРАЖДАН В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ СБЕРЕЖЕНИЙ В ИНВЕСТИЦИИ

А. А. Иванова, *обучающийся*, Е. В. Чернышева, *преподаватель*
Новосибирский государственный университет экономики и управления
«НИНХ» (НГУЭУ),
г. Новосибирск, Россия
Chernyshev-78@mail.ru

В данной работе рассматривается влияние финансовой культуры на формирование финансового поведения населения. Приведены результаты исследования анкетирования населения с целью выявления воздействия социокультурных характеристик России в разные временные периоды на финансовое поведение населения; установлена взаимосвязь между социокультурными характеристиками и финансовым поведением населения.

Ключевые слова: финансовая культура, финансовое поведение, сбережения, инвестиции, инвестиционное поведение, население, социокультурные характеристики.

Экономика России в современный период характеризуется воздействием структурно изменяющихся тенденций. Перед нашей страной стоит множество задач по обновлению экономики, изменению её структуры, достижению технологического суверенитета и преобразованию международных экономических отношений. Вместе с тем в ближайшей перспективе должен быть сделан акцент на пользование внутренними источниками финансирования, в том числе инвестициями граждан [4].

Важнейшей частью структуры инвесторов на развитом фондовом рынке выступает население, которое может как сберегать, так и инвестировать свои средства. Создание массовой группы частных инвесторов крайне важно для страны. Участие граждан в инвестировании способствует увеличению объема инвестиций в различные компании, позволяет широким массам получать доход от капитала, а также способствует развитию фондового рынка в целом.

В России еще не полностью сформированы функциональные механизмы для эффективной реализации инвестиционных процессов, однако важно поощрять население совершать выбор в пользу накоплений и последующих инвестиций, а не просто потребительского расходования денежных средств [1].

Для того чтобы инвестиции в России могли быть эффективно использованы, необходимо привлечение «длинных денег», в первую очередь из капитала, накопленного населением. Однако на сегодняшний день эти средства играют скромную роль на российском рынке инвестиций, что обусловлено вопросами доверия населения и уровнем развития финансовых институтов.

Инвестиционное поведение населения подвержено влиянию множества факторов. Кроме внешних условий, таких как уровень цен, процентных ставок, доходов, рисков и других, которые не зависят от человека, но предоставляют

различные альтернативы экономического поведения, важным фактором, формирующим экономическое поведение индивида, являются его ценностные установки.

Влияние психологических аспектов на действия людей в сфере финансов отражали и изучали в своих работах как отечественные исследователи — А. Васильев, А. Аузан, так и зарубежные — Р. Талер, Г. Хофстеде, М. Вебер.

При анализе финансового поведения важно учесть социальную принадлежность людей, статус, а также социальные нормы и разнообразие установок, которые сформировались в результате воздействия привычек и культурных особенностей населения.

В целом вследствие формирования развитой финансовой культуры населения происходит укрепление финансовых институтов, улучшение их ключевых показателей, рост благосостояния населения, устанавливаются взаимовыгодные для индивидов и институтов финансовые отношения в обществе. Изучение финансовой культуры в современных условиях является одной из приоритетных задач финансового сектора страны [3].

Т. Аймалетдинов: «Под финансовой культурой населения сегодня понимается система ценностей и побуждений, определяющих сознание и поведение человека в финансовой среде» [1].

Финансовая культура имеет более широкое содержание, оно отражает специфику финансовой культуры как сложного единства материального и духовного в обществе, находящегося на конкретном историческом этапе своего развития.

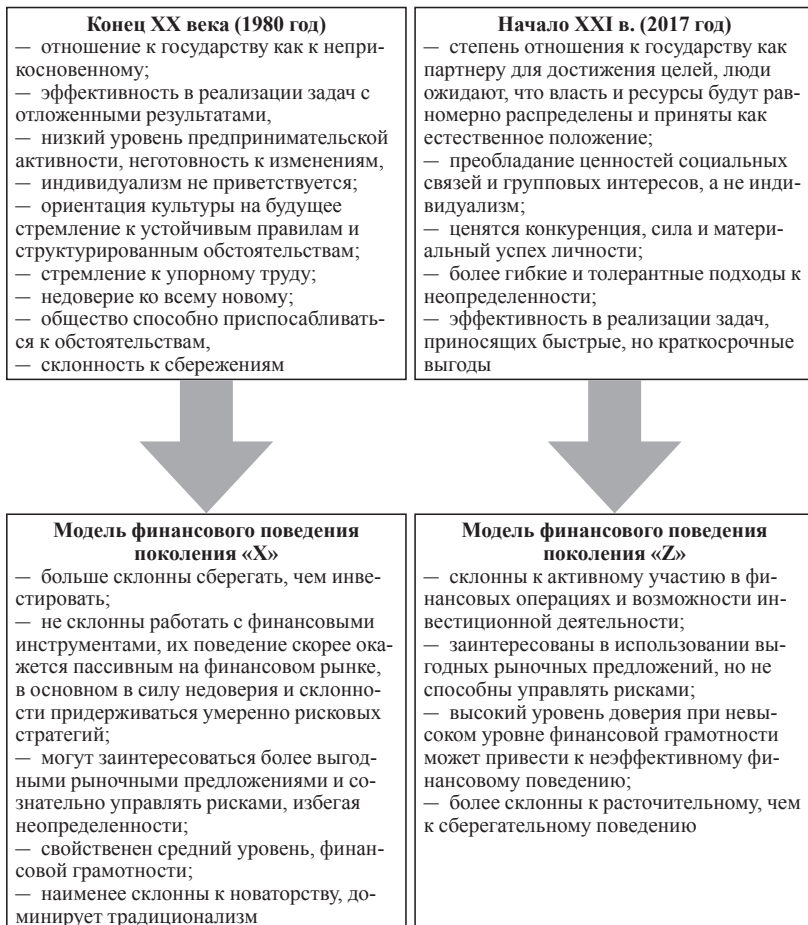
У населения России формирование финансовой культуры в процессе приобретения социального опыта было несколько нарушено. Изучая историю России, можно заметить внедрение изменений «сверху вниз», включая перемены в сфере финансовых отношений.

Важным результатом воздействия культуры является формирование поведения, которое повторяется как в разные периоды жизни одного и того же индивида, так и в различных социальных обстоятельствах (одни и те же модели поведения характерны для различных людей).

В нашей работе для сравнения культурных отличий между характеристиками различных периодов в истории используется метод Г. Хофстеде, созданный более 40 лет назад. Этот метод позволяет проводить сравнительный анализ социокультурных особенностей через граничные сравнения между странами.

Институт национальных проектов (ИНП) и Российская венчурная компания (РВК) в 2017–2020 гг., используя методику Г. Хофстеде, провели анализ культурных региональных особенностей России. На основании полученных результатов исследования были выявлены социокультурные различия между российскими регионами, посчитан средний индекс [2].

В результате проведенных исследований составлены две модели финансового поведения разных поколений, которые имеют отличия в сформированном финансовом поведении, что обусловлено рядом социокультурных характеристик разных периодов времени (рисунок).



Социокультурные характеристики, предопределяющие формирование финансового поведения разных поколений

Подводя итог, важно отметить, что финансовое поведение людей формируется под воздействием множества факторов, среди которых ключевую роль играют социальные, экономические, и культурные аспекты. Нормы морали, ценности, привычки и эмоции оказывают значительное влияние на наше отношение к деньгам и финансовым решениям.

Формирование финансовой культуры будет способствовать увеличению реальных доходов и финансового благополучия граждан, а также укреплению возможности формирования долгосрочных накоплений и инвестиций в российской

экономике, что в конечном итоге будет способствовать ее структурным изменениям и более эффективному развитию. Также это поможет финансовой стабильности, уменьшая риски.

Список литературы

1. Аймалетдинов Т. А. Роль муниципальной информационной среды в формировании финансовой культуры населения [Электронный ресурс]. — URL: http://www.isras.ru/abstract_bank/1217593630.pdf (дата обращения: 11.01.2024).
2. Аузан А. А., Никишина Е. Н. Социокультурная экономика: как культура влияет на экономику, а экономика — на культуру: курс лекций. — Москва : экономический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 2021. — 46 с.
3. Кунижева Д. А. Финансовая культура: многогранность понятия, подходы к исследованию и место в научном дискурсе // Теория и практика общественного развития. — 2023. — № 7. — С. 107–112 [Электронный ресурс]. — URL: <https://doi.org/10.24158/tipor.2023.7.14>. (дата обращения: 11.01.2024).
4. Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации: сайт. — Москва, 2022 [Электронный ресурс]. — URL: https://www.cbr.ru/Content/Document/File/143773/onfr_2023-2025.pdf (дата обращения: 11.01.2024).

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЕТОВ В РОССИИ

К. В. Кичигаева

Научный руководитель: И. Н. Шамрай, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
kichikkv@mail.ru

В статье рассматриваются основные проблемы безналичных расчетов в условиях санкционных ограничений, названы ключевые альтернативные варианты, к которым активно прибегают компании при международных расчетах. Основная цель исследования — выделить перспективные варианты решения проблемы безналичных расчетов с хозяйственными партнерами России на международном уровне.

Ключевые слова: международные расчеты, национальная платежная система, санкции, безналичные расчеты, криптовалюта, транзакции.

Безналичные расчеты составляют значительную часть мировой экономической платежной системы, поскольку все бизнес-процессы компаний и организаций включают в себя систему безналичных расчетных операций, которая, в свою очередь, является неотъемлемой частью различных финансовых учреждений. Безналичный платежный оборот в настоящее время переживает сложное техническое и экономическое состояние из-за беспрецедентного санкционного давления на Россию со стороны Запада, включая отключение от системы SWIFT, блокирование платежей по картам Visa, MasterCard и другие меры, направленные на изоляцию России от мирового сообщества. Для многих российских компаний, в первую очередь которые находятся под санкциями США и других западных стран, мировая финансовая система стала практически недоступна. Финансовая система России активно разрабатывает и осуществляет поиск новых методов расчета с иностранными контрагентами, чтобы не зависеть от системы внутреннего контроля иностранных банков.

Чрезвычайно жесткие санкционные режимы существенно усложнили доведение платежа российской компании до иностранного получателя. Это значительно затрудняет международные транзакции, а также замедляет срок их совершения. Но если замораживается корреспондентский счёт банка, то тогда процессы и вовсе становятся невозможными. Однако даже в тех случаях, когда и плательщик, и банк не под санкциями, процесс затруднен повышенными требованиями контроля иностранных банков к российским платежам [1, с. 291].

Более того, очень популярен так называемый *высокий комплаенс*, когда иностранный банк предъявляет к российским платежам и компаниям, которые их проводят, слишком завышенные требования, выходящие за рамки санкционного регулирования [2].

Но основным проблематичным моментом все же является отключение российских банков от SWIFT, что затрудняет безналичные взаиморасчеты с другими

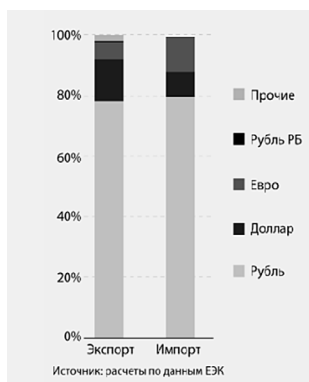
странами по экспортно-импортным операциям. При этом больше всего страдают компании, которые полагаются на импортные комплектующие. Ряд европейских стран выступили против отключения России от SWIFT из-за опасения нанесения вреда их собственной экономике [3].

В связи с невероятно высокой значимостью международных расчетов правительствам была создана группа, основная задача которой заключалась в поиске новых и альтернативных вариантов безналичных расчетов.

На основании изучения нормативных документов и программ, а также исследования практического опыта проводимых международных расчетов авторы выделяют основные альтернативные варианты.

1. *Использование криптовалюты.* Для осуществления платежей за рубежом российские компании уже стали чаще использовать криптовалюты, заменив доллар и евро: годовой объем транзакций, по данным криптовалютного рынка, увеличился в три раза. По сути, речь идет о криптовалюте, связанной с курсом доллара — это стейблкоины USDT. Они используются для вывода долларов, а также евро за границу. Пока что криптовалюты не зависят напрямую от государственных финансовых органов или международных платежных систем. Поэтому она не боится санкций, которые коснулись SWIFT, Visa и MasterCard. Транзакции из одной точки в другую проходят моментально. Переводы с иностранного криптокошелька на российский и наоборот в РФ не запрещены. И в целом четкого регулирования криптовалюты в России пока нет. Вместе с тем не стоит забывать, что с криптовалютой, которая пока еще не подпадает под санкции, возникает масса сложностей, связанная с обменом денежных средств и оформлением виртуального кошелька.

2. *Своевременный перевод компаний на расчеты в местных валютах.* Россия уже активно использует альтернативные модели оплаты. Соглашения о расчетах в национальной валюте подписаны с Турцией, Китаем, Узбекистаном, Ираном, Индией и странами ЕАЭС. Наиболее распространены расчеты в рублях и юанях. Доля расчетов между странами ЕАЭС представлена на рисунке.



Структура взаимных расчетов за товары и услуги со странами ЕАЭС в 2023 году, %

Однако самой популярной валютой в настоящее время по-прежнему остается юань — Россия оплачивает 16 % своего экспорта и 23 % импорта в юанях.

3. *Открытие счетов в иностранных банках* тоже можно считать удачным альтернативным вариантом, но недружественные России страны стали активно вмешиваться в этот процесс для недопущения обхода санкций. Трансграничные платежные сервисы по-прежнему являются доступной альтернативой, но некоторые, продолжающие предоставлять услуги России, не сотрудничают с юридическими лицами и не имеют списка стран, в которые можно отправлять деньги, а некоторые существенно его сократили.

4. *Использование цифрового рубля при осуществлении трансграничных расчетов.* Ожидается запуск использования цифровых рублей в смарт-контрактах — автоматизированного протокола, который позволяет проводить сделки и контролирует их исполнение [4]. Учитывая потерю доступа к системе SWIFT крупнейшими финансовыми организациями России, цифровые валюты представляются одной из возможностей обойти ограничения на трансграничные платежи.

Первоначально Центральный банк рассматривал возможность взаимодействия между платформой цифрового рубля и платформами иностранных цифровых валют. Важно отметить, что подобные платформы существуют и в других странах, и с их стороны есть политическая и техническая готовность.

В январе 2023 года Центральный банк представил две модели международных платежей. Первое предложение предполагает, что странам необходимо будет заключить отдельные двусторонние соглашения для объединения платформ цифровых валют, а второе — об объединении в единую интегрированную платформу. В общем контексте трансграничное взаимодействие можно рассматривать двояко: интеграцию двух платформ — цифрового рубля и другой цифровой валюты либо взаимодействие национальных цифровых валютных платформ через общую систему. Самая большая проблема при внедрении трансграничных платежей в цифровой валюте сегодня находится на политическом уровне. Однако в случае достижения политических договоренностей унификация национальных цифровых валют может фактически заменить SWIFT. Потенциально возможны расчеты с использованием цифрового рубля с дружественными странами, которые также введут цифровые аналоги своих национальных валют. К примеру: Казахстан уже тестирует цифровые тенге, а Индия в пилотном режиме внедряет цифровые рупии в крупнейших городах страны [5].

Таким образом, антироссийские санкции помогают ускорить инновации в финансовом регулировании безналичных расчетов.

Список литературы

1. Перцева С. Ю. Трансформация платежной системы России в условиях санкций // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2022. — № 10-2. — С. 291–298.

2. Наличные расчеты с нерезидентами: альтернатива неработающей банковской инфраструктуре [Электронный ресурс]. — URL: <https://pravo.ru/opinion/249257/> (дата обращения: 25.01.2024).
3. SWIFT: что это, как работает и есть ли у него альтернативы [Электронный ресурс]. — URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/635a4d809a7947038c3a2a4a?from=copy> <https://quote.rbc.ru/news/article/635a4d809a7947038c3a2a4a> (дата обращения: 25.01.2024).
4. Как будет работать и использоваться цифровой рубль [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.forbes.ru/finansy/489623-ne-nal-i-ne-bez-nal-kak-budet-rabotat-i-ispol-zovat-sa-cifrovoj-rubl> (дата обращения: 28.01.2024).
5. Банк России. Стратегия развития национальной платежной системы на 2021 – 2023 гг.

ПРОБЛЕМЫ МЕТОДОЛОГИИ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ: ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА МОНТЕ-КАРЛО

М. А. Колпакова

Научный руководитель: И. Г. Карпутова, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
karputovva@mail.ru

В данной работе рассмотрено применение метода Монте-Карло для оценки инвестиционных проектов. Приведены примеры и выделены проблемы, связанные с методологией оценки инвестиционных проектов.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционные проекты, прибыль, метод Монте-Карло, имитационное моделирование, случайные числа.

Оценка инвестиционных проектов представляет собой сложный процесс, который, тем не менее, неустанно совершенствуется за счет внедрения новых методологий исследования и анализа задействованных переменных. В этом контексте экономическое и математическое моделирование играет ключевую роль в оценке потенциала инвестиционных решений, предоставляя возможность для всестороннего рассмотрения как изменчивых, так и постоянных факторов, влияющих на исход проекта.

Процесс принятия решений относительно инвестиционных проектов немаловажен без использования современных технологических инструментов, среди которых выделяется метод Монте-Карло. Этот подход отличается применением статистических методик для анализа вероятностей различных исходов реализации проекта, благодаря чему становится возможным проведение обоснованных инвестиционных операций с учетом потенциальной прибыли и рисков [1].

Используя такие программные решения, как Excel, Project Expert или язык программирования C++, можно создать мощную базу для проведения всех необходимых расчетов и моделей, однако выбор инструментария при этом часто зависит от специфики задачи, поставленных перед исследователями целей, а также от личных предпочтений пользователя.

Метод Монте-Карло актуален в связи с его возможностью оценивать риски, связанные с будущими проектами. Эта особенность одновременно и подвержена критике, поскольку риск является одним из наименее предсказуемых аспектов при оценке проектов, а для верной оценки всех аспектов и угроз инвестиционного проекта необходим тщательный анализ ключевых финансовых показателей, включая чистую текущую стоимость, внутреннюю норму доходности и уровень рентабельности. Эти показатели предполагают детерминированный расчет на основе таких фиксированных переменных, как объем инвестиций и ожидаемые денежные потоки.

В то же время определенные элементы, влияющие на финансовую отдачу проекта, например, спрос на продукт или услугу и ставка дисконтирования,

могут демонстрировать значительную вариативность. Эти факторы вносят элемент неопределенности и требуют осмысленного анализа и оценки [2].

В процессе применения метода Монте-Карло для анализа рисков создаются компьютерные симуляции, представляющие собой спектр возможных исходов. В таких симуляциях заменяют точные значения на целые спектры вероятностей для каждой переменной, оказывающей влияние на исход. Впоследствии модель генерирует множество различных сценариев исходов, выбирая при каждой итерации новую комбинацию значений из вероятностных диапазонов, а в некоторых случаях для достижения статистически обоснованных выводов необходимо выполнить несколько тысяч, а иногда и десятков тысяч таких итераций, особенно когда в модель включается большое количество неопределенных факторов.

Использование вероятностного распределения привносит в процесс анализа элементы динамичности и позволяет более точно отобразить поведение различных переменных, что делает оценку риска более объемной и приближенной к реальности по сравнению с однозначными прогнозами.

Выбор конкретного типа распределения вероятностей для каждой переменной имеет ключевое значение в модели Монте-Карло, поскольку он влияет на точность и надежность прогнозируемых результатов. В зависимости от природы исследуемого параметра эксперты могут опираться на разные законы распределения [3].

Например, спрос на большинство товаров склонен следовать экспоненциальному распределению, за исключением товаров первой необходимости, в то время как многие макроэкономические показатели лучше всего описываются нормальным распределением, особенно в периоды, когда рыночная ситуация диктуется внутренними силами рынка и не подвержена внешнему воздействию.

В качестве примера рассмотрим возможности применения метода Монте-Карло для ООО «Компания БКС», занимающегося в том числе и инвестиционной деятельностью на фондовом рынке.

Применим метод Монте-Карло для оценки рисков по дериватам X, которые одобрены компанией к приобретению после применения традиционных методов оценки эффективности инвестиций.

Известны постоянные показатели деривативов, которые не будут изменяться (табл. 1).

Таблица 1

Постоянные показатели проекта, тыс. руб.

Показатели	Наиболее вероятное значение
Постоянные затраты на обслуживание финансового инструмента	87 000
Налог на прибыль	20 %
Норма дисконта	11 %
Срок проекта	3
Начальные инвестиции на приобретение инструмента	315 000

Такие показатели проекта, как цена продажи, объем продаж деривативов и переменные затраты, представляются неизвестными, но экспертным путем мы определили для них следующие диапазоны (табл. 2).

Таблица 2

Переменные показатели проекта

Показатели	Минимум	Максимум
Объем выпуска (продаж), ед.	2 000	10 500
Цена единицы, тыс. руб.	25	70
Переменные затраты, тыс. руб.	5	10

Далее проведено имитационное моделирование по методу Монте-Карло, другими словами, каждый раз выбиралось случайное значение из указанных выше диапазонов и рассчитывались показатели проекта.

Всего такой расчет был сделан 5 тысяч раз, начало таблицы с расчетом представлено в табл. 3.

Таблица 3

**Основные показатели проекта по методу Монте-Карло, тыс. руб.
(начало расчетной таблицы)**

Переменные затраты	Объем выпуска	Цена	Себестоимость	Выручка	Прибыль	Денежный поток NCF	Приведенная стоимость NPV
10	8 255	64	82 550	528 320	287 016	287 116	386 630
8	10 158	53	81 264	538 374	296 088	296 188	408 799
7	9 368	41	65 576	384 088	185 210	185 310	137 844

Результаты анализа проектов по методу Монте-Карло представлены в табл. 4.

Таблица 4

Результаты анализа проекта по методу Монте-Карло

Показатели	Переменные затраты	Количество	Цена	Поступления	NPV
Минимум	5	2 000	25	-52 580	-443 491
Максимум	10	10 491	70	462 929	816 266
Число случаев NPV<0	x	x	x	x	2 794
Число случаев NPV>0	x	x	x	x	2 206
Сумма убытков	x	x	x	x	-505 253 221
Сумма доходов	x	x	x	x	544 359 168

В данной таблице видно, что минимальный NPV составит — 443 391 тыс. руб., что принесет компании существенные убытки, а максимальный — 816 266 тыс. руб.

Для того чтобы принять управленческое решение по методу Монте-Карло, необходимо оценить вероятность того, что проект будет убыточен (табл. 5).

Таблица 5

Оценка вероятности убыточности проекта

X (NPV)	Нормал. X	p (NPV<X)
0,00	0,01	0,51

Следовательно, вероятность того, что NPV проекта по приобретению деривативов X окажется ниже нуля, т. е. проект будет убыточным, составляет 51 %.

Предлагается проекты с рассчитанной вероятностью убыточности больше 50 % отклонять в случае, если компания придерживается агрессивного стиля поведения на финансовом рынке, и снизить этот показатель до 30 %, если компания предпочитает консервативный инвестиционный стиль поведения.

Таким образом, внедрение метода Монте-Карло помогло бы ООО «Компания БКС» отказаться от приобретения деривативов X, что впоследствии уберегло бы его от убытков, что может послужить эффективной методологической инновацией для оценки инвестиционных проектов.

Список литературы

1. Макаревич, Л. М. Управление предпринимательскими рисками / Л. М. Макаревич. — Москва : ДиС, 2022. — 448 с.
2. Тебекин, А. В. Управление рисками инновационно-инвестиционных проектов / А. В. Тебекин, Я. В. Вайтенков, П. А. Тебекин. — Москва : Русайнс, 2018. — 160 с.
3. Тепман, Л. Н. Управление инвестиционными рисками : учебное пособие / Л. Н. Тепман, Н. Д. Эриашвили. — Москва : Юнити, 2021. — 215 с.

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА КРЕДИТОВАНИЕ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

О. А. Кошкина, *обучающийся*, Е. Б. Денисенко, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
lissi2004@list.ru

Сегодня в мире появляется значительное число разработок в области информационно-коммуникационных технологий, которые применяются в том числе в финансовой сфере экономики. Они оказывают колоссальное влияние на деятельность банков и других кредитно-финансовых организаций. В данной статье проводится оценка влияния цифровизации на банковское кредитование физических лиц.

Ключевые слова: цифровизация, банковское кредитование, кредитная задолженность, экосистема, информационно-технологическая среда.

В современном мире происходит заметная трансформация облика финансовых услуг. Все больше хозяйствующих субъектов понимают необходимость внедрения и использования информационно-коммуникационных технологий в своей деятельности, а также перспективы развития цифровой экономики.

Как отмечают современные исследователи финансового рынка, в ситуации падения банковской маржи от предоставления традиционных услуг банки в целях привлечения большего количества клиентов и увеличения прибыли занимаются более активной реализацией проектов экосистем, что уже стало мировым трендом развития информационно-технологической среды [1].

Экосистема — это сложная система взаимосвязей и взаимодействий между компаниями, клиентами, поставщиками и партнерами. Экосистемы и банковский сектор имеют глубокую взаимосвязь и влияют друг на друга.

Банковские учреждения обеспечивают необходимые финансовые ресурсы для создания и развития новых проектов в рамках экосистемы, предоставляют экосистеме инструменты для эффективного управления финансами и решения различных финансовых задач, предлагают услуги по управлению платежами, электронными деньгами и другими финансовыми операциями.

В свою очередь развитие экосистемы благоприятно влияет на банковскую сферу — создает новые возможности для банков в области предоставления услуг и привлечения новых клиентов. Экосистема способна быть источником новых клиентских баз, которые могут быть мобилизованы и привлечены банками.

Появление и развитие экосистем это результат функционирования информационно-технологической среды. Исходя из этого, целью статьи является определение того, насколько факторы информационно-технологической среды (далее — ИТС) оказывают влияние на деятельность банковских учреждений, и прежде всего на объем кредитной задолженности.

Исследование проводилось на основе данных ЦБ РФ [2] и Федеральной службы государственной статистики [3] по Сибирскому федеральному округу (далее – СФО) за период 2016–2022 годов.

Для выявления факторов ИТС, наиболее существенно влияющих на изменение объема кредитной задолженности была использована парная регрессия. Объясняемой (зависимой) переменной (Y) выступала задолженность по кредитам, предоставленным физическим лицам-резидентам в рублях в СФО. В качестве объясняющих переменных (X_n) были выбраны:

1. Число абонентов мобильного широкополосного доступа в интернет на 100 человек населения (X1).
2. Среднемесячная абонентская плата за доступ к сети интернет (X2).
3. Доля населения, использующего средства защиты информации в общей численности населения, использующего сеть Интернет (X3).
4. Доля населения, использовавшего сеть Интернет для заказа товаров и (или) услуг, в общей численности населения (X4).

Для устранения искажений, связанных с абсолютными значениями показателей и перехода к относительной оценке, значения показателей были прологарифмированы по натуральному основанию.

Расчет коэффициентов корреляции показал наличие тесной связи между приростом объема кредитной задолженности (Y) и всеми объясняющими переменными, за исключением переменной X2 «Среднемесячная абонентская плата за доступ к сети Интернет». Это говорит о том, что изменение абонентской платы не влияет на рост или снижение кредитной задолженности (табл. 1).

Таблица 1

Показатели взаимной корреляции переменных, используемых в оценке влияния факторов на задолженность по кредитам, предоставленным физическим лицам-резидентам в рублях в СФО в 2016–2022 гг.

	X 1	X 2	X 3	X 4	Y
X 1	1,00	–	–	–	–
X 2	–0,10	1,00	–	–	–
X 3	–0,92	–0,02	1,00	–	–
X 4	0,95	0,16	–0,87	1,00	–
Y	0,96	0,11	–0,97	0,95	1,00

Для представления результатов оценки параметров парной регрессии по каждой объясняемой переменной были использованы следующие параметры:

1) коэффициент детерминации (R-квадрат): показывает долю вариации (разброса) объясняющей переменной (Y), которая обусловлена воздействием объясняющей переменной (X_n). Чем ближе R-квадрат к 1, тем выше качество регрессионной модели;

2) параметр Р-значение: используется для оценки статистической значимости коэффициентов регрессии. Если Р-значение меньше заданного уровня

значимости (в данной статье принят на среднем уровне $\alpha = 0,01 = 1\%$), то коэффициент является значимым на этом уровне значимости;

3) F-статистика используется для проверки гипотезы о значимости уравнения регрессии в целом. Для принятия решения о значимости уравнения регрессии в целом необходимо сравнить расчетное значение F-статистики с ее критическим значением. Если расчетное значение F больше критического, то можно заключить, что уравнение регрессии в целом значимо. Критическое значение F-статистики определялось в программе Excel с использованием функции ФРАСПОБР (0,01;1;5) и составило $F_{\text{крит}} = 16,26$.

Результаты оценивания параметров парной регрессии по объясняющим переменным, имеющим значимую связь с объясняемой переменной, представлены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты оценивания влияния факторов на задолженность по кредитам, предоставленным физическим лицам-резидентам в рублях в СФО в 2016–2022 г.

Параметр модели	Коэффициент регрессии	P-значение	R-квадрат	F-статистика
Const	7,55 532	0,00 048	0,91 705	55,27 719
X1	1,55 928	0,00 069		
Const	26,25 068	3,81 058E-06	0,94 960	94,20 069
X3	-2,68 879	0,00 020		
Const	11,35 326	2,84 446E-06	0,89 407	42,20 258
X4	0,93 003	0,00 129		

Значение коэффициента при объясняющей переменной X1 указывает на то, что при росте числа абонентов мобильного широкополосного доступа в интернет на 1 % задолженность по кредитам, предоставленным физическим лицам-резидентам в рублях в СФО, в среднем будет увеличиваться на 1,56 %. Это можно интерпретировать таким образом: чем больше абонентов получают доступ в интернет, тем больше у них будет возможностей воспользоваться сервисами экосистем, для оплаты которых будут использоваться банковские кредиты.

Значение коэффициента при объясняющей переменной X3 указывает на то, что при росте доли населения, использующего средства защиты информации на 1 %, задолженность по кредитам, предоставленным физическим лицам-резидентам в рублях в СФО, в среднем будет снижаться на 2,67 %. То есть чем больше населения будет стремиться защитить свою информацию в сети Интернет, тем меньше будут востребованы сервисы экосистем и услуги, для оплаты которых будут использоваться банковские кредиты.

Значение коэффициента при объясняющей переменной X4 указывает на то, что при росте доли населения, использующего сеть Интернет для заказа

товаров и (или) услуг на 1 %, задолженность по кредитам, предоставленным физическим лицам-резидентам в рублях в СФО, в среднем будет увеличиваться на 0,93 %. Чем больше доля населения, использующего сеть Интернет для заказа товаров и (или) услуг, тем больше для их оплаты будут использоваться банковские кредиты.

Развитие ИТС повысило доступность финансовых (в том числе банковских) услуг, что привело к усилению конкуренции на рынке. Банки вынуждены активно развивать свои экосистемы, чтобы привлечь новых клиентов и удержать уже имеющихся. Цифровизация становится необходимым шагом для банков, желающих оставаться эффективными и конкурентоспособными на современном финансовом рынке.

Внедрение экосистем позволяет банкам увеличивать объем кредитов и депозитов, улучшать качество обслуживания клиентов и создавать новые возможности для взаимодействия. Однако если влияние цифровизации на банковскую деятельность является очевидным фактом, то оценка величины данного влияния на деятельность банковских учреждений является важным вопросом, требующим дальнейшего исследования.

Список литературы

1. Болотнова Е. А. Экосистемы в банковской системе РФ: проблемы и перспективы / Е. А. Болотнова, А. А. Храмченко, Т. В. Журавлева, Е. А. Денисова // ЕГИ. — 2022. — № 39 (1). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekosistemy-v-bankovskoy-sisteme-rf-problemy-i-perspektivy> (дата обращения: 17.02.2024).
2. Данные с сайта Центрального банка РФ [Электронный ресурс]. — URL: https://www.cbr.ru/statistics/bank_sector/sors/ (дата обращения: 10.02.2024).
3. Данные с сайта Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. — URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/infocommunity> (дата обращения: 10.02.2024).

ВЛИЯНИЕ МРОТ НА УРОВЕНЬ БЛАГОСОСТОЯНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В РФ

Л. Р. Мурадова

Научный руководитель: О. В. Бикеева, *преподаватель*
Красноярский кооперативный техникум экономики, коммерции и права
(ККТЭКиП),
г. Красноярск, Россия
Bikeevao@mail.ru

В данной работе рассмотрено понятие и факторы, от которых зависит размер МРОТ, рассмотрено влияние минимального размера труда на уровень заработной платы. Указаны проблемы и сделаны различные прогнозы развития экономических и социальных событий.

Ключевые слова: минимальный размер оплаты труда, фонд оплаты труда, обязательное социальное страхование, прожиточный минимум, социальное равенство, квалификация.

В Конституции РФ закреплено, что труд свободен, каждый имеет право на свободное распоряжение своими способностями к труду, выбор рода деятельности и профессии. К тому же каждый имеет право на вознаграждение за труд без какой-либо дискриминации и не ниже установленного федеральным законом минимального размера оплаты труда, а также право на защиту от безработицы [1].

Минимальный размер оплаты труда регулирует оплату труда и определяет размер пособий по временной нетрудоспособности и ряда целей социального страхования. Исходя из этого можно сказать, что МРОТ выполняет следующие функции: социальная защита работника от неправомерного использования рабочей силы со стороны работодателя, что даёт экономическую защиту посредством возможности претендовать на заработную плату не ниже установленного МРОТ для существования или, иными словами, это функция регулирования доходов трудящихся, что является актуальным как для работников, так и для самих работодателей.

Целью исследования данной статьи является выявление проблем при росте или задержке роста МРОТ и построение прогнозов для работников и работодателей, выплачивающих заработную плату своим сотрудникам.

Минимальный размер оплаты труда (МРОТ) — это законодательно установленное минимальное денежное вознаграждение работника за проделанный труд, которое не должно опускаться ниже при полном рабочем дне и полной ставке [2].

Размер МРОТ в субъекте РФ устанавливается и пересчитывается ежегодно с учетом социально-экономических условий и величины прожиточного минимума трудоспособного населения, а именно размер минимальной оплаты труда зависит от:

- уровня цен и прожиточного минимума;
- уровня безработицы в стране;
- темпа и уровня инфляции [5].

Минимальный размер оплаты труда нужен для выполнения следующих функций:

- социальная — защита работника от неправомерного использования рабочей силы со стороны работодателя, что даёт экономическую защиту посредством возможности претендовать на заработную плату не ниже установленного МРОТ для существования — это функция регулирования доходов трудящихся;
- служит базой для определения размера пособий по временной нетрудоспособности, беременности и родам;
- используется для исчисления страховых взносов.

Таким образом, эти функции не допускают опасную конкуренцию между работодателями за снижение затрат путём уменьшения зарплат трудящимся, что даёт социальное равенство и стабильность.

Данный показатель стараются поднимать, чтобы повысить качество жизни населения путём приравнивания МРОТ к минимальному прожиточному минимуму, чтобы работающему гражданину, проживающему на территории субъекта РФ, достаточно было средств на удовлетворение базовых потребностей. Но, несмотря на утверждённый МРОТ и административную ответственность, возложенную на работодателей за его несоответствие по заработной плате сотрудников работодатели, стремясь сократить издержки, стараются выплатить минимум за рабочий труд.

Есть моменты, которые, не нарушая закон, используют экономические субъекты, т. е. позволяют выплачивать работнику заработную плату ниже МРОТ, а именно:

- выполнение рабочих обязательств неполный рабочий день;
- трудоустройство на неполную ставку;
- с работником заключается срочный договор или он работает на себя.

Повышение размера МРОТ влечёт за собой ряд положительных и негативных последствий как для работника, так и для работодателя.

Положительное влияние повышение МРОТ окажет на:

- рост доходов населения;
- повышение качества проживания;
- привлекательность отдельных рабочих мест;
- сокращение бедности населения;
- сокращение неравенства доходов.

Закономерно с ростом МРОТ произойдут негативные моменты из-за принудительного увеличения расходов по оплате труда и размеров страховых взносов на работодателей:

- осязаемая нагрузка на бюджет организаций;
- увеличение теневого сектора экономики;
- значительное сокращение рабочих кадров;
- невостребованность работников с низкой квалификацией.

Рассмотрим подробнее причины негативных моментов, связанных с увеличением расходов на оплату труда и, следовательно, страховых взносов, а также предложим решение данной проблемы.

МРОТ на 2024 год, с точки зрения работодателя, считается высоким для оплаты труда низкоквалифицированного работника: таким образом, на рынке труда востребованы кадры, имеющие образование более высокой квалификации в соответствии с занимаемыми должностями. Поэтому возникает ещё одна проблема, когда работодателю необходим низкоквалифицированный персонал в силу своей сферы деятельности. Тогда он стремится снизить расходы на оплату труда с помощью снижения разрыва размера окладов между должностями внутри организации, чтобы снизить расходы по данной статье, что является не совсем правильным, так как практически уравниваются работники с низкой и более высокой квалификацией.

Также организации находят для себя решение сокращения ставок до 0,75 или даже 0,5. Следовательно, снижая расходы на оплату труда и, как следствие, фонд оплаты труда, или проводят сокращение кадров, увеличивая нагрузку на сотрудников, предлагая им совмещение или больший объём обязанностей согласно должностным инструкциям. Всё это не даёт возможность получить достойное вознаграждение за труд сотрудникам, имеющим высшее образование и высокую квалификацию, снижая привлекательность рабочих мест. Следствием, повышение МРОТ, цель которого увеличить уровень жизни работающего населения, сдерживается желанием работодателей получить больше прибыли и нежеланием увеличивать свои расходы по фонду оплаты труда.

Можно предложить при утверждении размера МРОТ сделать разделение. Например, как предусмотрено при определении прожиточного минимума, но по другим критериям (в зависимости от уровня образования и квалификации работника). Разрыв между заработной платой работников разного уровня образования уменьшится, что станет привлекательным и замотивирует на получение более квалифицированных сотрудников, увеличит профессионализм кадрового состава в организациях и позволит получать работодателю больше прибыли, ведь кадровый профессионализм решает всё.

Таким образом, предложение по решению проблемы положительно скажется для страны в целом. Мотивация работников в повышении квалификации для получения более высокой заработной платы повысит уровень образованности и квалификационной компетенции граждан; работодатель получит качественное и быстрое выполнение трудовых обязанностей работником, следовательно, сможет получить больше экономической выгоды, а расходы по статье «Заработная плата» не будут настолько существенны для экономических субъектов. Отчисления на обязательное социальное страхование, за счет выплат которых население страны получает пенсии, пособия по временной нетрудоспособности, по беременности и родам и бесплатное медицинское обслуживание, повысятся при поддержке со стороны государства для граждан, проживающих на территории страны.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изм., одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) [Электронный ресурс] // «КонсультантПлюс».
2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 30.01.2024) [Электронный ресурс] // «КонсультантПлюс».
3. Налоговый кодекс Российской Федерации 2 ч. от 5.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 14.02.2024) [Электронный ресурс] // «КонсультантПлюс».
4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (действ. ред.) [Электронный ресурс] // «КонсультантПлюс».
5. О минимальном размере оплаты труда : ФЗ от 19.06.2000 № 82-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] // «КонсультантПлюс».

ТЕНДЕНЦИИ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В США КАК ВЕКТОР МОДЕЛИРОВАНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ

П. В. Николенко, *обучающийся*, С. А. Городкова, *д-р экон. наук, доцент*
Забайкальский государственный университет (ЗабГУ),
г. Чита, Россия
pavelfroylas@gmail.com

В данной работе проведен динамический анализ банковского потребительского кредитования в США его макроэкономических показателей в 2022–2023 гг., а также обозначены прогнозные тенденции для отечественной экономики во время её структурной перестройки. Представлен вариант развития экономической ситуации в США в ближайшей перспективе, идентифицированы факторы для моделирования денежно-кредитной политики в России.

Ключевые слова: валовый внутренний продукт, инфляция, кредит, потребительский кредит, банки, экономический рост.

Согласно статистике Банка России, на начало декабря прошлого года кредитный портфель российских коммерческих банков составил 33,7 трлн руб., поднявшись практически на 23 % [1]. Более того, прирост объёма потребительских кредитов за III квартал 2023 г. ускорился практически на 6 %, что стало рекордным значением в прошлом году (за II квартал прирост составил 4,5 %) [2]. Ввиду повышения кредитной нагрузки населения России, особенно усилившейся в период структурной перестройки экономики, актуальность исследований в области кредитования, в частности потребительского, а также его связи с макроэкономическими изменениями в стране возрастает.

Цель исследования — выявить динамику банковского потребительского кредитования и макроэкономических показателей в Соединённых Штатах Америки (далее — США) во время кризиса стоимости жизни, сформировать рекомендации для денежно-кредитной политики в России на сегодняшний момент. В исследовании применялись как теоретические методы исследования, такие как синтез данных, так и эмпирические, а именно, динамический (горизонтальный) анализ.

Важным фактором в потребительском кредитовании является его макроэкономическая функция стимулирования роста реального ВВП на душу населения, фактически рост уровня жизни за счёт увеличения потребительского спроса, товарооборота и оборота услуг [3]. Данную функцию активно применяют в странах с давно устоявшейся рыночной экономикой, в том числе и в США. Потому практическая значимость исследования заключается в поиске более подходящих решений для проведения более точной денежно-кредитной политики в России.

За последние годы в мировой экономике наблюдался кризис стоимости жизни, связанный в первую очередь с временным лагом по инфляции, вызванной мерами поддержки во время COVID-19, а также нарушением логистических

цепочек из-за конфликта на Украине. Многим банкам первого уровня, таким как Европейский центральный банк или Федеральная резервная система США (далее — ФРС США), приходилось повышать свою ставку рефинансирования. Так, эффективная ставка по федеральным фондам (аналог отечественной ключевой ставки в США), увеличилась на 5,25 % с 1 января 2022 г. по 1 января 2024 г. (рис. 1).

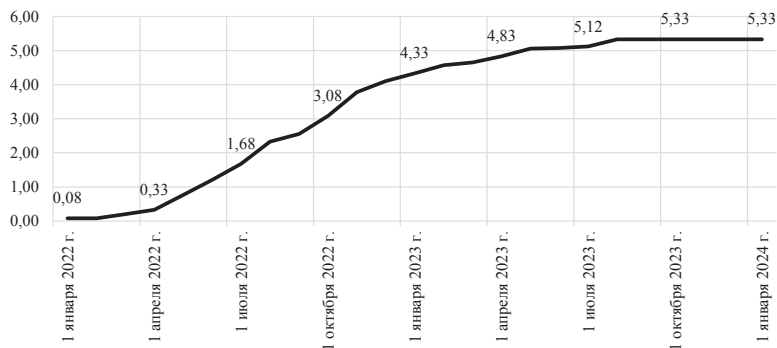


Рис. 1. Эффективная ставка по федеральным фондам ФРС США [4]

Это свидетельствует о росте стоимости кредитования, что, согласно монетарной теории, должно было снизить потребление домохозяйств, но по итогу наблюдалась обратная динамика (рис. 2).

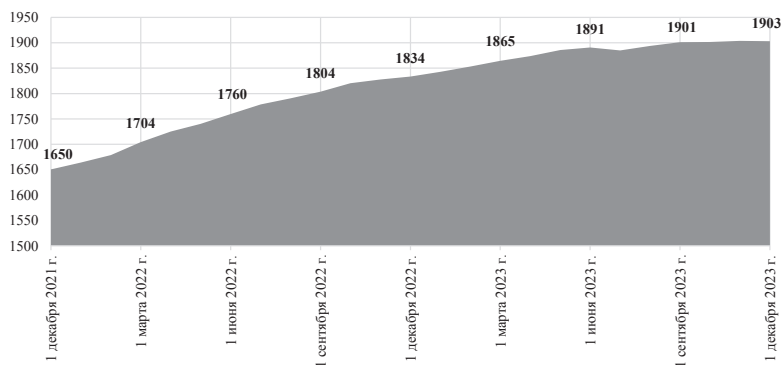


Рис. 2. Объемы потребительского кредитования в США, млрд дол. США [4]

Фактически с декабря 2021 г. по декабрь 2023 г. объем всех потребительских кредитов в США увеличился на 253 млрд дол. США, немного упав лишь в третьем квартале (рис. 2). На протяжении двух лет мирового кризиса американские граждане тратили денежные средства в ещё больших объемах, а не сберегали их. Хотя именно с декабря 2021 г. по июнь 2022 г. инфляция в стране

всё ещё росла, стала постепенно снижаться лишь с июля 2022 г. и через год снизилась на 6 % (рис. 3).

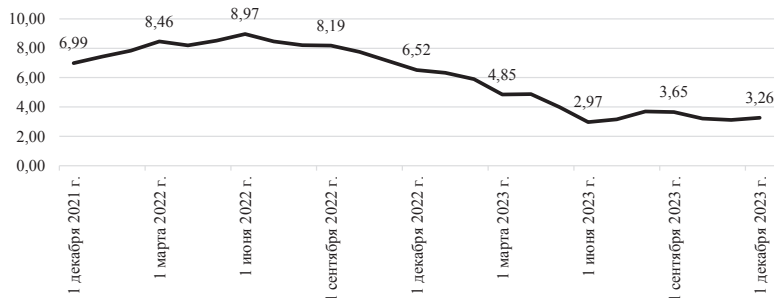


Рис. 3. Индекс потребительских цен в США, % [4]

Эти данные не соответствуют цели в 2 %, установленной ФРС США, но уже можно утверждать, что экономика страны постепенно выходит из стадии рецессии в стадию оживления, где она, согласно авторской оценке, будет находиться ближайшие несколько лет, если не случится ещё каких-либо экономических потрясений. И это подтверждается данными по валовому внутреннему продукту (рис. 4).

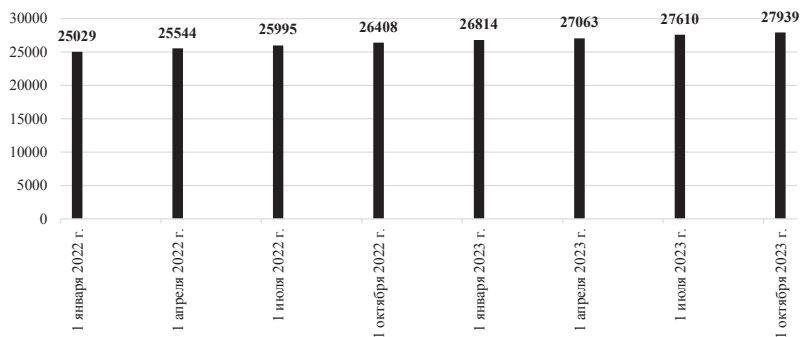


Рис. 4. Валовой внутренний продукт США, млрд дол. США [4]

Фундаментальными выводами для отечественной денежно-кредитной политики из настоящего исследования является то, что, во-первых, повышение ставки рефинансирования не всегда ведёт к сокращению объёмов кредитования, а, во-вторых, увеличение объёмов потребительского кредитования является не самым важным фактором в повышении уровня инфляции в стране. Эти выводы подтверждаются макроэкономическими трендами в одной из крупнейших

экономик мира. Потому Банку России стоит учесть данные факторы при разработке ограничений по выдаче кредитов населению и управлению ключевой ставкой.

Список литературы

1. Названы причины рекордного роста кредитования населения // Эксперт РА [Электронный ресурс]. — URL: https://raexpert.ru/researches/publications/rg_dec27_2023/ (дата обращения: 24.01.2024).
2. Банковский сектор. III квартал 2023 : аналитический обзор. — Банк России [Электронный ресурс]. — URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/46673/analytical_review_bs-2023-3.pdf (дата обращения: 24.01.2024).
3. Аблазисова, Э. И. Потребительское кредитование в Российской Федерации в современных экономических условиях / Э. И. Аблазисова, М. А. Фейзуллаев // Инновации. Наука. Образование. — 2021. — № 35. — С. 1391–1399.
4. *Federal Reserve Economic Data* [Электронный ресурс]. — URL: <https://fred.stlouisfed.org/> (дата обращения: 24.01.2024).

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА

И. А. Серов, М. А. Своровская

Научный руководитель: И. Н. Мавлина, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
iserov2002@gmail.com

В данной работе изучена важность процесса цифровизации внутреннего аудита. Даны примеры компаний, где используется данный процесс.

Ключевые слова: внутренний аудит, цифровизация, технологии, эффективность, задачи.

Актуальность научной работы обоснована процессами цифровизации, всей экономической деятельности.

Цель работы — определить важность процесса цифровизации внутреннего аудита в современных реалиях. Для реализации данной цели нужно изучить:

- 1) инструменты цифровизации;
- 2) имеющие опыт цифровизации компании в РФ;
- 3) основные этапы внедрения цифровизации внутреннего аудита.

В мире, где технологический прогресс имеет основополагающую часть успеха бизнеса, нельзя не придерживаться тренда IT-технологий. Практически все сферы бизнеса подвержены нынешнему тренду цифровизации, и деятельность внутренних аудиторов не обошла его стороной. Бухгалтерская отчётность, документооборот, финансовые операции — все эти действия уже давно происходят в электронном формате и развивают цифровизацию деятельности внутреннего аудита.

Внутренний аудит — это форма контроля хозяйственной деятельности предприятия изнутри. Служба внутреннего контроля позволяет руководству проверять финансовое положение предприятия, а также быть уверенным в достоверности финансовой отчётности.

Главными целями внутреннего аудита являются выявление рисков и совершенствование финансовых процессов предприятия [1]. Основные задачи внутреннего аудита:

1. Определять уровень эффективности внутренних отделов предприятия.
2. Определять риски и разрабатывать мероприятия по их нейтрализации.
3. Вести контроль за соблюдением стандартов и принципов корпоративного управления.
4. Выявлять и предотвращать ошибки в финансовой отчётности.
5. Контролировать соблюдение законов в ходе деятельности предприятия.

Служба внутреннего аудита позволяет предприятию повышать эффективность своей деятельности, соблюдать законодательство РФ, достоверно вести финансовую отчётность, предугадывать и нейтрализовать риски. За всеми этими задачами и преимуществами внутреннего аудита стоит обширный ряд

полномочий и обязанностей сотрудников внутреннего контроля. Объем работы внутреннего аудитора велик: это постоянный мониторинг, прогнозирование, разработка новых методов, постоянная аналитика.

По мнению авторов, данные проблемы внутреннего аудита вызваны не способностью реализации множества задач. Рутинные, в то же время важные задачи внутреннего аудита занимают много времени и требуют постоянства. В условиях, когда экономическое состояние государства нестабильно, бизнес-сфера также переживает сложные времена. Нарушены экономические процессы, смена рынков, построение новых цепочек поставок — все эти факторы потребовали от внутренних аудиторов быстрых решений, нужно было сокращать горизонты планирования. Прогнозировать риски в условиях геополитической нестабильности — сложная задача, и в большей степени невозможна.

Для того чтобы внутренние аудиторы смогли справляться со своими задачами своевременно, нужно, чтобы сотрудники данного штаба имели время и силы на решение этих задач. Использовать новые информационные потоки, технологии и процессы автоматизации — все это процессы цифровизации.

Цифровизация — это процесс внедрения технологий в деятельность человека для автоматизации процессов, постоянного мониторинга, анализа данных и повышения эффективности [2].

Исходя из определения цифровизации, понятно, что внутренний аудит на современном этапе нуждается в этом процессе. Внедрение IT-технологий в службу внутреннего аудита является основополагающей задачей для повышения эффективности деятельности организации в целом. Современные технологии позволяют делать выбор метода, по которому будет работать система внутреннего контроля. В частности, выбор инструмента зависит от вида деятельности предприятия, актуальной цели и поставленных задач. Использование технологий во внутреннем аудите позволит предприятиям повышать эффективность собственной деятельности, что в дальнейшем может привести к последующему развитию технологической оснащенности службы внутреннего контроля. Постоянное развитие внутреннего аудита очень важно. Примером тому служит 2022 год, когда бизнес переживал сложный временной период. Те предприятия, где служба внутреннего контроля уже была оснащена технологиями, пережили кризисный период с менее тяжкими последствиями.

Важным моментом в процессе внедрения цифровых технологий является профессиональное соответствие кадров. Сотрудники внутреннего аудита должны уметь пользоваться всеми технологиями, чтобы реализовывать их преимущества. На сегодня сотрудники внутреннего аудита должны обладать *hardskills* [3]. В современных реалиях от сотрудников внутреннего аудита требуется не просто консультация по вопросам деятельности предприятия, но и конкретное профессиональное мнение. Современные внутренние аудиторы должны разбираться во многих сферах и являться экспертами в вопросах аудита, IT-технологий, законодательства, так как информация в современном мире меняется очень быстро и требует навыков быстрого ее анализа и решения. Цена ошибки в современных условиях очень высока, именно поэтому внутренние аудиторы должны развивать свои навыки.

Практически компании стали активно использовать цифровые технологии в деятельности внутреннего аудита с 2022 г. Организации, которые уже активно пользуются IT-технологиями: ПАО «Россети», ГК «Гранель», ПАО «Сбербанк» [2]. Каждая из компаний занимается различной сферой и использует разные цифровые инструменты для оптимизации индивидуальных задач. Например, ГК «Гранель» использует технологию непрерывного аудита, что позволяет компании обнаруживать значимые риски в реальном времени. ПАО «Россети» использует IT-технологии для совершенствования системы безопасности и автоматизации процессов внутреннего аудита. ПАО «Сбербанк» использует процессную аналитику, что позволяет создавать граф процесса, сравнивать его с нормативом и определять слабые места [2].

Цифровизация внутреннего аудита является фундаментальной основой для успешного функционирования бизнеса в современных условиях. Совершенствование внутреннего аудита путем внедрения IT-технологий позволит открыть новые горизонты для внутренних аудиторов, освободит от рутинных задач, повысит скорость и эффективность обработки данных, использование цифровых технологий позволит существенно снизить риски. По мнению авторов, предприятия, которые имеют в штате внутренних аудиторов, должны внедрять процессы цифровизации.

Список литературы

1. Егорова Е. В. Анализ современных проблем внутреннего аудита в организациях // Аудиторские ведомости. — 2022. — № 1 [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sovremennyh-problem-vnutrennego-audita-v-organizatsiyah> (дата обращения: 30.11.2023).
2. Цифровизация внутреннего аудита и контроля [Электронный ресурс]. — URL: <https://kurl.ru/DdDjx> (дата обращения: 30.11.2023).
3. Московин А. Тренды внутреннего аудита в 2023 году. Чего ждать внутреннему аудиту в ближайшее время? // ПроКачество [Электронный ресурс]. — URL: <https://kurl.ru/DCWAK> (дата обращения: 30.11.2023).

ЭФФЕКТИВНОСТЬ АУДИТА В ПРОТИВОДЕЙСТВИИ КОРРУПЦИИ

К. В. Сойма, Н. В. Красноперов

Научный руководитель: И. Н. Мавлина, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
scabies.vl@yandex.ru

В данной работе рассматривается эффективность аудита как инструмента в противодействии коррупции. Рассмотрен позитивный опыт использования данного инструмента в других странах.

Ключевые слова: аудит, коррупция, антикоррупционный аудит, коррупционные механизмы, правовой инструмент, антикоррупционные ограничения, противодействие коррупции, антикоррупционные методы.

Актуальность исследования данной темы заключается в том, что в условиях рыночной экономики всё больше компаний стремятся к сокращению вероятности коррупционных рисков, ставя эту задачу в приоритет. Для решения этой задачи разрабатываются дополнительные положения, внедряются новые механизмы контроля, но первостепенным инструментом борьбы с коррупцией выступает аудит. Антикоррупционный аудит имеет целью выявить и предотвратить коррупционные практики в организациях. Он включает в себя анализ деятельности организации на предмет наличия коррупционных схем и механизмов. Проведение такого аудита позволяет эффективно реагировать на выявленные нарушения и принимать меры по их устранению.

Целью данной работы является раскрытие содержания антикоррупционного аудита, а также исследование его законодательной базы как правового инструмента в борьбе с коррупцией и мошенничеством.

Основные задачи данного исследования:

1. Изучение исторических предпосылок для развития такого инструмента, как антикоррупционный аудит.
2. Исследование научных работ и подходов к определению антикоррупционного аудита других авторов.
3. Разработка собственного определения понятия антикоррупционного аудита.
4. Исследование нормативной базы антикоррупционного аудита.

Основные методы исследования: сравнение, анализ, синтез, дедукция и аналогия.

Основными инструментами исследования послужили работы отечественных учёных, нормативно-правовая база законов РФ, Дании, Новой Зеландии, Финляндии, Сингапура и Швеции, также использовались различные интернет-ресурсы и официальные сайты представленных выше стран.

Антикоррупционный аудит как понятие возник в ответ на растущую проблему коррупции во многих странах по всему миру. Рыночная экономика больше не могла существовать без такого инструмента, как аудит, который бы позволял

регулировать рыночные отношения и противодействовал коррупции. Именно поэтому одной из главных исторических предпосылок развития такого направления, как антикоррупционный аудит, стал рост международной торговли и инвестиций во второй половине XX века, который привел к возникновению новых возможностей для коррупционных схем. Крупные международные компании начали заниматься бизнесом за границей, и это открыло двери для коррупционных практик и манипуляций с общественными средствами.

Вторая предпосылка. Эмансипация гражданских обществ и активизация гражданских движений в разных странах привели к увеличению требований к прозрачности и открытости властных структур.

Третьей причиной развития антикоррупционного аудита послужило развитие теории и практики в области аудита и контроля, которое сыграло свою роль в его возникновении.

В современном контексте антикоррупционный аудит представляет собой всеобъемлющую систему контроля, предназначенную для обеспечения соответствия антикоррупционным нормам и реализации антикоррупционных инициатив в различных организациях, государственных учреждениях и органах местного самоуправления.

Для того, чтобы понять механизм работы данного инструмента, стоит обратиться к научным работам отечественных учёных.

П. А. Кабанов в своей работе «Антикоррупционный аудит как инструмент противодействия коррупции: понятие, содержание, вопросы правового регулирования» рассматривает антикоррупционный аудит как нечто иное, как целенаправленная деятельность конкретных лиц, имеющих полномочия осуществлять проверки соблюдения антикоррупционного законодательства на уровне физических и юридических лиц [1].

В литературе понятие антикоррупционного аудита не имеет единой трактовки, и различные авторы интерпретируют его значение согласно своему видению. На наш взгляд, антикоррупционный аудит представляет собой систему, функционирующую на нескольких уровнях с целью борьбы с коррупцией и действиями, направленными на получение незаконной выгоды, или утаивание доходов и/или расходов путем создания недостоверной информации в аудите организации.

Процесс реализации антикоррупционного аудита в РФ регламентирован в нормативных актах, а также имеет множество видов, описанных в научных исследованиях [2].

Главными среди них будут являться такие нормативные акты, как «Меры по предупреждению коррупции в организациях» и «Методические рекомендации по организации и осуществлению аудиторскими организациями и индивидуальными аудиторами противодействия коррупции» [3].

Основные этапы классического антикоррупционного аудита:

- составление плана проверки объекта;
- проведение проверки объекта;
- подведение итогов проведённой проверки объекта;

— составление отчётов и разработка ряда мер для контроля за выявленными недостатками и их устранением.

Также стоит отметить, что сами этапы и их порядок могут видоизменяться в зависимости от условий и предъявленных требований к объекту проверки.

Проблема коррупции затрагивает все страны, но менее коррумпированными по индексу восприятия коррупции остаются Дания, Новая Зеландия, Финляндия, Сингапур и Швеция [4]. Для начала рассмотрим Данию, Финляндию и Швецию. Так как три из пяти стран данного списка принадлежат к Европейскому союзу, то и законодательные акты и в той же мере политика в отношении к аудиту у них будет иметь одну базу. Для противодействия коррупции в ЕС создана отдельная организация под названием OLAF (Европейское управление по борьбе с мошенничеством). Она не только занимается расследованием мошенничества, но и противодействует коррупции, проступкам в законодательстве и осуществляет разработку антикоррупционной политики для Европейской комиссии.

Антикоррупционная политика Сингапура состоит из четырёх основных компонентов. Первым элементом является политическая принципиальность, выражаемая правительством в желании полностью искоренить коррупцию и ставя её выше всех остальных преступлений. Второй: законы «Закон о предотвращении коррупции» (РСА) и «Закон о коррупции, незаконном обороте наркотиков и других тяжких преступлениях» (конфискация льгот) (CDSA) [5]. Существование этих законов делает занятие коррупцией очень рискованным, а выгоды получаемые при её исполнении, минимальными. Третье: независимая судебная система, которая защищена от политического вмешательства и давления извне законодательно. Последним компонентом является практика мерократии во всех государственных органах и учреждениях, которая всё время регламентируется и обновляется, что позволяет занимать должности только подготовленным людям, исключая возможность передачи мест.

Основными причинами в рейтинге менее коррумпированных стран является не наиболее успешный антикоррупционный аудит, а влияние государства на людей через социальную политику: то, какие последствия несёт в себе коррупция, и система штрафов, которая лишает человека почти всех социальных благ.

В рамках данного исследования был проведен анализ антикоррупционного аудита и его значимости как в теоретическом, так и в практическом исследованиях, а также его роль в современной научной исследовательской работе в России. Нами был проанализирован процесс реализации антикоррупционного аудита в Российской Федерации, а также зарубежный опыт противодействия коррупции и антикоррупционного аудита. В результате исследования были выявлены ключевые факторы, определяющие успешность антикоррупционного аудита и принципы его проведения в целом. Эти факторы и принципы означают, что для эффективной борьбы с коррупцией необходимо участие не только аудиторов, но и всех заинтересованных сторон — государственных органов, общественности и частных организаций. Для эффективного проведения антикоррупционного аудита требуется разработка антикоррупционной

политики, которая будет ориентирована на предотвращение коррупции, выявление и пресечение случаев коррупционных нарушений, а также наказание виновных лиц. Таким образом, исследование показывает, что антикоррупционный аудит является важным инструментом в борьбе с коррупцией, имеет значимость в качестве исторического исследования и занимает важное место в современных научно-исследовательских работах в России. Это делает его актуальным и важным направлением исследований в будущем.

Список литературы

1. Антикоррупционный аудит как инструмент противодействия коррупции [Электронный ресурс]. — URL: clck.ru/38tCNf (дата обращения: 04.02.2024).
2. О порядке проведения антикоррупционного аудита в государственном учреждении СПб [Электронный ресурс]. — URL: <https://sc565.spb.ru/wpcontent/uploads/2019/09/Antikorruptzionnyj-audit-v-GU.pdf> (дата обращения: 08.02.2024).
3. Антикоррупционный аудит [Электронный ресурс]. — URL: https://www.consultant.ru/law/podborki/antikorrupcionnyj_audit/ (дата обращения: 10.02.2024).
4. Индекс восприятия коррупции [Электронный ресурс]. — URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_стран_по_индексу_восприятия_коррупции (дата обращения: 11.02.2024).
5. Коррупция в Сингапуре [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.cpiib.gov.sg/about-corruption/prevention-and-corruption/singapores-corruption-control-framework/> (дата обращения: 15.02.2024).

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

В. Д. Татару, *обучающийся*, Е. Б. Дуплинская, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский государственный университет путей сообщения (СГУПС),
г. Новосибирск, Россия
89138921919@mail.ru

В данной работе проведен анализ роли государства в развитии транспортной инфраструктуры в России. Авторами определены ключевые направления использования механизма государственно-частного партнерства в развитии транспортной отрасли России.

Ключевые слова: транспортная инфраструктура, экономика, финансирование.

Транспортной стратегией РФ на период до 2030 года предусмотрено, кроме ожидаемых результатов ее реализации, создание необходимых условий, способствующих росту качества жизни населения за счет обеспечения доступа к безопасным и качественным транспортным услугам.

Отсутствие или устаревшая инфраструктура железнодорожного сообщения, состояние подвижного состава отражаются на низком уровне развития региональных экономик, что, в свою очередь, приводит к низкому уровню развития инноваций и предпринимательства [1].

Реконструкция объектов инфраструктуры транспортной отрасли не может проводиться без значительных объемов финансовых вложений. В связи с этим обостряется необходимость в поиске дополнительных инвестиций.

В настоящее время создан и реализуется новый современный механизм инвестирования в инфраструктурные проекты — государственно-частное партнерство (ГЧП). Крупные инвестиционные проекты со значительными объемами капитальных вложений разрабатываются на основе ГЧП.

Инфраструктурные преобразования позволяют сменить вектор развития российской экономики с ресурсного на инновационный, на повышение эффективности экономики, привлечение в инфраструктурные проекты экономических инвестиций, в том числе на принципах ГЧП [2].

В современных условиях санкционного давления со стороны многих иностранных государств — бывших экономических партнеров нашего государства, перед экономикой обострилась проблема мобилизации внутренних ресурсов для привлечения частных инвестиций, направленных на развитие инфраструктурных объектов. Изменения в экономике и технологиях несомненно отражаются на нуждах транспортной системы страны. Несмотря на финансовые вливания со стороны федерального правительства в развитие транспортного комплекса России, уровень бюджетного финансирования все-таки недостаточен. В последние годы многими учеными-экономистами уделяется особое внимание вопросам соблюдения баланса интересов публичных и частных инвесторов в самых разных сферах общественной жизни, в том числе в экономике.

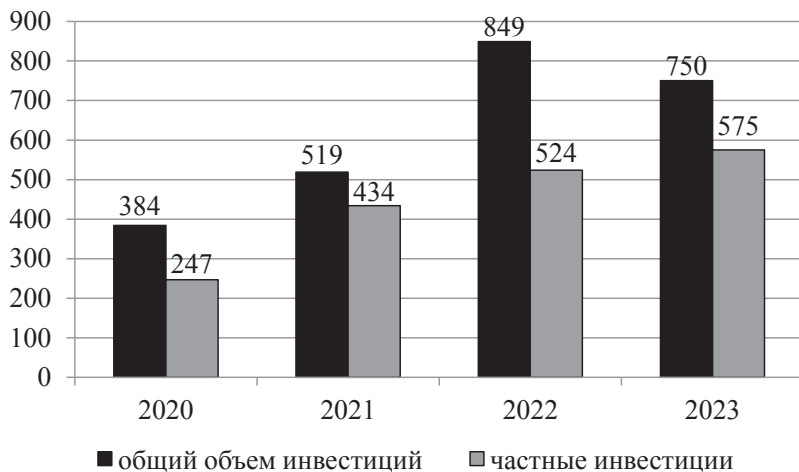
В связи с напряженной экономической ситуацией в мире авторы данного исследования видят перспективы эффективного развития транспортной инфраструктуры на основе внедрения механизмов ГЧП.

Если не вдаваться в терминологию, используемую в правовых актах, можно констатировать, что ГЧП — это объединение ресурсов государства в лице федеральных, региональных, местных органов власти, а также казенных учреждений и частного сектора на взаимовыгодных условиях ради достижения общих целей.

Партнерство проявляется в совместной инвестиционной деятельности частных и публичных партнеров, объединяющих свои ресурсы и участие и распределяющих заранее риски участия в партнерстве. Конечная цель партнерства достигается достижением инновационного результата.

Обозначим наиболее часто встречающиеся на практике сферы применения ГЧП: образование и здравоохранение, организация работы общественного транспорта, эксплуатация и обслуживание, строительство объектов транспортной инфраструктуры, внедрение системы управления движением, коммунальное хозяйство, поддержание общественного порядка и безопасности и др.

По данным платформы РОСИНФРА, за 9 месяцев 2023 года были запущены соглашения о ГЧП на сумму более 502 млрд руб., из которых частные инвестиции составили 375 млрд (рисунок).



Объем завершённых проектов ГЧП, млрд руб. [3]

Транспортной стратегией Правительства РФ, разработанной до 2030 года, подчеркивается необходимость стимулирования процесса развития ГЧП. В России созданы и осуществляют деятельность сотни компаний, управляющих транспортным комплексом, создающих инфраструктуру для транспортной отрасли.

Например, к ним относятся ООО «Региональная концессионная компания» (концессионер первого на Дальнем Востоке России проекта по созданию скоростной автомагистрали «Обход Хабаровска»), ООО «Четвертая концессионная компания» реализует проект по строительству скоростной автомагистрали «Виноградovo — Болтино — Тарасовка» в Подмоскoвье, который реализуется в рамках частной концессионной инициативы, ООО «Восьмая концессионная компания» выступает концессионером проекта по созданию мостового перехода в районе реки Лена (город Якутск), ООО «Десятая концессионная компания» несет ответственность за реализацию проекта ГЧП по созданию мостового перехода через Калининградский залив, что позволит обеспечить выход на трансевропейские транспортные коридоры.

В Сибирском регионе наиболее известна ООО «Сибирская концессионная компания», выступающая концессионером крупнейшего в Новосибирской области проекта по строительству и эксплуатации автомобильного мостового перехода. Реализация проекта направлена на строительство скоростной автомобильной дороги с многоуровневыми развязками, которые должны обеспечить непрерывные транспортные потоки. Благодаря строительству моста будут обеспечены выезды транспорта на федеральные трассы «Сибирь», «Байкал», «Чуйский тракт». Масштабный проект предусматривает создание нескольких путепроводов через городские трамвайные и железнодорожные пути Транссибирской магистрали. Принцип трассирования новой дороги позволит максимально сократить число пересечений с нефте- и газопроводами, линиями электропередач, межпромысловыми дорогами. Воплощение в жизнь рассматриваемого проекта позволит решить следующие проблемы: возможность закрытия на капитальный ремонт Октябрьского моста через Обь, избежание транспортного коллапса; сокращение времени проезда с одного берега реки на другой; снижение высокой степени загруженности мостов [4].

К социально-экономическим эффектам следует отнести: улучшение экологической обстановки посредством сокращения заторов на дорогах; создание дополнительных транспортных развязок; исключение светофорного регулирования на участках в центральной части города; повышение безопасности для водителей и пешеходов.

Таким образом, реализация проекта на условиях ГЧП позволяет выделить следующие преимущества для населения нашего города: создание условий для комплексного развития прилегающих территорий; стимулирование региональной экономики за счёт масштабного строительства; применение современных решений и технологий мостостроения; сокращение времени в пути до аэропорта; обеспечение выхода на федеральные трассы, имеющие важное значение для развития экономики Сибирского федерального округа.

Все вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что развитие механизма ГЧП в транспортной сфере расширяет возможности привлечения инвестиций. Применение ГЧП обеспечивает мотивацию развития передовых технологий, обеспечение их интеграции.

Список литературы

1. Дуплинская, Е. Б. Государственно-частное партнерство как инструмент публичного управления транспортной отраслью / Дуплинская Е. Б., Чепига Ю. В. // XXIX Апрельские экономические чтения : мат. Всероссийской научно-практической конференции, Омск, 20 апреля 2023 года. — Омск : Финансовый университет при Правительстве РФ, 2023. — С. 79–83.
2. Ревзон О. А., Михальчева А. А. Государственно-частное партнерство — новый механизм финансирования инфраструктурных проектов // Вестник МФЮА. — 2016. — № 4. — С. 55–65.
3. Эксперты оценили перспективы развития рынка ГЧП // [Электронный ресурс]. URL: https://www.vedomosti.ru/industry/infrastructure_development/articles/2023/10/26/1002811-eksperti-otsenili-perspektivi-rinka-gosudarstvenno-chastnogo-partnerstva (дата обращения: 15.02.2024).
4. История четвертого моста: от споров до концессии [Электронный ресурс]. — URL: <https://vn.ru/news-istoriya-chetvertogo-mosta-ot-sporov-dokontsessii/> (дата обращения: 13.02.2024).

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

Х. Ш. Томаева

Научный руководитель: Ю. И. Демьяненко, *старший преподаватель*
Сибирский государственный университет путей сообщения (СГУПС),
г. Новосибирск, Россия
slawa.54@mail.ru

Ведение бухгалтерского учета на маркетплейсах требует особого внимания к деталям и специфике этой платформы. Неотъемлемой частью учета является финансовая безопасность и анализ, включающие в себя расчеты доходов, издержек и прибыли. В статье выявлены особенности и описаны основные подходы к ведению бухгалтерского учета на маркетплейсах.

Ключевые слова: информационная безопасность, бухгалтерский учет, финансовый обязательства, торговые отношения.

Marketplace (англ. — место торговли) стали неотъемлемой частью современного общества. К основным направлениям электронных площадок относятся: торговля, обслуживание, консалтинг, а к числу наиболее известных: OZON, Wildberries, Яндекс.Маркет, AliExpress и др.

Актуальность нашего исследования обусловлена особенностью ведения бухгалтерского учета на маркетплейсах с учетом особого внимания к деталям и специфике этой платформы. Неотъемлемой частью учета является также финансовый анализ, включающий в себя расчеты доходов, издержек и прибыли. Это позволяет оценить рентабельность продажи товара и принять меры по оптимизации предложения и снижению издержек. Компаниям необходимо учесть все возможные транзакции и расходы, связанные с использованием торговых компаний, и правильно отразить их в своем учете. Только таким образом можно гарантировать точность и надежность финансовой информации, необходимой для принятия управленческих решений и отчетности перед заинтересованными сторонами.

Целью нашей работы является исследование самого понятия «маркетплейс», а также выявление и описание особенностей ведения бухгалтерии на электронных торговых точках.

При ведении бизнеса на маркетплейсе грамотное организационное и финансовое планирование играют важную роль.

Первоначальный этап учета продажи товара через маркетплейсы — это регистрация аккаунта на выбранной платформе. После этого следует обязательно заполнить информацию о товаре, предоставить описание, фотографии (карточку товара) и указать цену. Это поможет привлечь внимание потенциальных покупателей и выделиться среди конкурентов [1]. То есть одного артикула и наименования мало. Далее необходимо бесперебойно отслеживать продажи и обрабатывать заказы. Когда товар успешно продан, важно сразу отразить эту информацию в учетной системе. Благодаря этому можно вести точный учет продаж и оценить эффективность работы на маркетплейсе.

Кроме того, постоянный мониторинг состояния товарного запаса также является важной частью учета продажи товара. При необходимости необходимо оперативно пополнить запасы и избежать проблем с доставкой или просрочками. Учет продажи товара через маркетплейсы также включает в себя анализ данных. Систематическое изучение статистической информации о продажах, спросе и предпочтениях потребителей позволяет принимать информированные решения и улучшать маркетинговые стратегии.

Первый шаг в организации бухгалтерского учета на маркетплейсе — выбор подходящей системы учета [2]. Существует несколько вариантов, включая самостоятельное ведение учета, наём бухгалтера или использование онлайн-платформ, специализирующихся на автоматизированном учете для предпринимателей. Самостоятельное ведение учета требует глубоких знаний и опыта в бухгалтерии и включает в себя мониторинг всех финансовых операций, составление отчетов, расчет налогов и учет всех поступающих и исходящих средств. Если предприниматель не имеет необходимых навыков и времени, ему может потребоваться помощь профессионального бухгалтера. Наём бухгалтера — еще один распространенный вариант организации бухгалтерского учета, он позволяет предпринимателю полностью доверить бухгалтерские задачи профессионалу, что освобождает его от этой ответственности и позволяет сосредоточиться на стратегическом развитии бизнеса. Однако с развитием технологий появилась возможность вести бухгалтерский учет с использованием онлайн-платформ. Это удобное и эффективное решение для многих предпринимателей [3]. Такие платформы позволяют автоматизировать процессы учета, отслеживать финансовые операции, генерировать отчеты и автоматически рассчитывать налоги. Кроме того, большинство онлайн-платформ обеспечивают безопасность и конфиденциальность финансовых данных, что является важным аспектом для любого бизнеса.

Вне зависимости от выбранного способа организации бухгалтерского учета на маркетплейсе необходимо соблюдать требования законодательства (регулярные отчеты о доходах и расходах, а также своевременную оплату налогов). Одним из ключевых аспектов такого планирования является бухгалтерский учет, который помогает предпринимателям контролировать доходы и расходы, соблюдая требования законодательства.

Начиная работу с маркетплейсом бухгалтер в первую очередь должны изучить оферту, размещенную на сайте. Оферта — это самый главный документ. Читая оферту, найдутся ответы на все вопросы. Следует учитывать, что у каждого есть свой договор по взаимодействию с поставщиками товаров, поэтому при работе с электронными торговыми площадками нужно принимать во внимание индивидуальные особенности и договорные обязательства. Собственно, все договоры заключаются с поставщиком товаров на агентской схеме, сам маркетплейс ничего своего не производит, он только перепродает товары, которые ему поставляются.

Одним из основных аспектов бухгалтерского учета маркетплейсов является правильное отражение комиссий, уплачиваемых платформе за предоставление

услуг. Комиссии часто удерживаются из продажи и направляются на счет торговой площадки. Для правильного отражения таких комиссий в бухгалтерском учете необходимо учитывать налоговые аспекты и правила учета. Бухгалтер должен быть в курсе налоговых требований и правил, связанных с дистанционной торговлей: налогообложение прибыли, НДС и другие налоги, а также соответствующую отчетность и декларирование перед налоговыми органами.

Выводы и рекомендации. При ведении бухгалтерского учета на маркетплейсах необходимо учесть специфику расчетов. На этих площадках предусмотрена возможность получения платежей от покупателей посредством электронных систем, таких как платежные шлюзы или электронные кошельки. Всякая оплата должна быть отражена в учетных записях в соответствии с установленными правилами и законодательством. Кроме того, следует учитывать комиссионные сборы, которые взимаются маркетплейсом за предоставление услуги торговли на платформе. Эти сборы также должны быть отражены в учете [4].

Кроме того, бухгалтерский учет маркетплейсов требует учета вознаграждений, выплачиваемых продавцам. Электронные торговые площадки могут предоставлять рекламные услуги, позволяющие продавцам повысить видимость своих товаров. Такие услуги обычно оплачиваются продавцам из выручки от продаж. Для правильного учета таких выплат необходимо учитывать как расходы, так и доходы компании.

Второй аспект, который необходимо учесть, — это учет товарных запасов. Многие предприниматели используют маркетплейсы для продажи товаров, что подразумевает наличие складских запасов. При этом, в силу своей особенности, электронные торговые площадки выступают лишь посредниками между продавцами и покупателями, что требует особого подхода к учету товаров. В бухгалтерской отчетности необходимо отражать не только фактическое наличие товаров на складе, но и продажи, сроки доставки и возможные возвраты. Таким образом, подход к учету товаров требует более детального и систематического подхода [5]. При большой номенклатуре товаров складской учет удобнее сделать интегрированным: совместить личный кабинет и программу, в которой ведется бухгалтерский учет торговли на маркетплейсе или складской учет.

Список литературы

1. Демьяненко Ю. И. Организация самостоятельной работы студентов в условиях информационной образовательной среды вуза // Актуальные проблемы модернизации высшей школы: образование как самообразование и самовоспитание личности : материалы XXXIV Международной научно-методической конференции. Новосибирск, 2023. — С. 115–122.
2. Демьяненко Ю. И. Информационно-коммуникационные технологии как средство формирования профессиональных компетенций учащихся // Цифровые трансформации в образовании (E-Digital Siberia»2021) : материалы V Международной научно-практической конференции. — Новосибирск, 2021. — С. 73–77.

3. Демьяненко Ю. И. Применение информационных технологий при формировании исследовательской компетенции студентов технического вуза // Информационные технологии и информационная безопасность в профессиональной деятельности : Сборник научных статей Межвузовской научно-практической конференции с международным участием. — Новосибирск, 2022. — С. 41–45.
4. Серегина П. А., Демьяненко Ю. И. Экономический анализ рентабельности открытия фермерского хозяйства в России // Производственные технологии будущего: от создания к внедрению : материалы V Международной научно-практической конференции. — Комсомольск-на-Амуре, 2022. — С. 318–321.
5. Слепнин Р. А., Слепынина О. В., Демьяненко Ю. И. Цифровая экономика, процессное управление и развитие кадрового потенциала. Бережливое производство // Образование — Наука — Производство : материалы VI Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием). В 2 т. — Чита, 2022. — С. 124–130.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НОВОСИБИРСКОГО ОБЛПОТРЕБСОЮЗА

Е. С. Шабалин

Научный руководитель: Ю. В. Ступина, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский государственный университет путей сообщения (СГУПС),
г. Новосибирск, Россия
scherbakova.ulia@yandex.ru

В данной работе проведена оценка финансовой деятельности некоммерческой организации с использованием расчетов коэффициентов ликвидности, платежеспособности и рентабельности. Рассмотрены объемы мер государственной поддержки в отношении деятельности Новосибирского облпотребсоюза.

Ключевые слова: ликвидность, платежеспособность, финансовое состояние, государственная поддержка, эффективность деятельности.

Оценка платежеспособности некоммерческой организации проводится с помощью коэффициентов ликвидности, которые представляют собой отношение различных видов оборотных активов к величине срочных обязательств. Расчет показателей ликвидности и платежеспособности представлен в табл. 1 [3].

Коэффициент текущей ликвидности превышает рамки нормативного значения, в 2022 году он составил 2,52 (табл. 1) [1]. Данный показатель означает, что у Новосибирского облпотребсоюза краткосрочных обязательств в 2,52 раза меньше, чем оборотных активов, что оценивается положительно. У организации достаточно средств в краткосрочном периоде для погашения своих обязательств.

Таблица 1

Показатели ликвидности и платежеспособности Новосибирского облпотребсоюза за 2021-2022 гг.

Показатели	Комментарий	Критерий	2021 г.	2022 г.	Изменение
Показатели текущей ликвидности					
1. Коэффициент текущей ликвидности	Текущие активы/ текущие пассивы	1,0–2,0	2,32	2,52	0,21
2. Чистые оборотные активы, тыс. руб.	Текущие активы – текущие пассивы	≥ 0	1 062 018	1 177 292	115 274
Показатели текущей платежеспособности					
1. Коэффициент абсолютной ликвидности	(Денежные средства + краткосрочные финансовые вложения) / текущие пассивы	0,2–0,3	0,6	0,74	0,14

Окончание табл. 1

Показатели	Комментарий	Критерий	2021 г.	2022 г.	Изменение
2. Коэффициент критической ликвидности	(Денежные средства + краткосрочные финансовые вложения + краткосрочная дебиторская задолженность + прочие оборотные активы) / текущие пассивы	$\geq 0,8$	1,12	1,29	0,17
3. Степень платежеспособности по текущим обязательствам	Текущие пассивы / среднемесячная выручка	< 3	1,61	1,45	-0,17

Коэффициент абсолютной ликвидности также превышает нормативное значение, в 2022 году его значение составило 0,74. Превышение показателя ликвидности нормативного значения свидетельствует о высокой текущей платежеспособности, т. е. в случае необходимости организация может быстро расплатиться с большей частью своих краткосрочных обязательств за счет высоколиквидных активов.

Коэффициент критической ликвидности выше нормативного значения, в 2022 году он составил 1,29. Значение данного коэффициента превышает единицу, т. е. Новосибирский облпотребсоюз может полностью погасить краткосрочные обязательства за счет быстрореализуемых активов.

При рассмотрении вопроса текущей платежеспособности Новосибирского облпотребсоюза был рассчитан показатель степени платежеспособности по текущим обязательствам. В 2022 году данный показатель снизился по отношению к 2021 году и составил 1,45, что соответствует интервалу нормативного значения. Динамика снижения этого показателя является положительной: чем ниже данный показатель, тем быстрее организация сможет погасить свои краткосрочные обязательства.

Показатели финансового состояния Новосибирского облпотребсоюза представлены в табл. 2 [3].

Таблица 2

**Показатели финансового состояния
Новосибирского Облпотребсоюза за 2021 – 2022 гг.**

Показатели	Методика расчета	2021 г.	2022 г.	Изменение
1. Коэффициент автономии	$K_a = \frac{\text{Собств. капитал}}{\text{Валюта баланса}}$	0,69	0,71	0,02
2. Коэффициент финансовой напряженности	$K_{\text{фин}} = \frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Валюта баланса}}$	0,31	0,29	-0,02

Окончание табл. 2

Показатели	Методика расчета	2021 г.	2022 г.	Изменение
3. Коэффициент соотношения заемного и собственного капитала	$K_{з/с} = \frac{\text{Заемный капитал}}{\text{Собств. капитал}}$	0,45	0,41	-0,04
4. Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами	$K_{об} = \frac{\text{СОС (СОК)}}{\text{Оборотный капитал}}$	0,53	0,55	0,02
5. Коэффициент обеспеченности запасов собственными средствами	$K_{об} = \frac{\text{СОС (СОК)}}{\text{Запасы}}$	1,02	1,14	0,12
6. Коэффициент маневренности	$K_m = \frac{\text{СОС (СОК)}}{\text{Собств. капитал}}$	0,51	0,51	0,00

Коэффициент автономии организации в 2022 году составил 0,71. Это означает, что активы обеспечиваются собственными средствами на 71 %, оставшиеся 29 % приходятся на заемные средства, о чем свидетельствует коэффициент финансовой напряженности.

Коэффициент соотношения заемного и собственного капитала также снижается в 2022 году. Интерпретируя данный показатель, можно сказать, что на 1 рубль собственных средств в 2022 году приходится 0,41 руб. заемных средств.

Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами в 2022 году увеличился на 0,02 и составил 0,55, т. е. Новосибирский облпотребсоюз осуществляет финансирование своей текущей деятельности за счет собственных средств на 55 %.

Коэффициент обеспеченности запасов собственными средствами в 2022 году увеличился на 0,12 и составил 1,14. Это означает, что все материальные запасы Новосибирского облпотребсоюза покрываются за счет собственного капитала, что свидетельствует об устойчивом финансовом состоянии.

Коэффициент маневренности очень важен для определения финансовой устойчивости организации: принято считать оптимальным значение данного коэффициента более 0,1. Коэффициент маневренности собственного капитала в 2022 году составил 0,51, т. е. 51 % собственного капитала используется для финансирования оборотных активов.

На финансовый результат деятельности некоммерческих организаций, в том числе Новосибирского облпотребсоюза, влияет эффективность мер государственной поддержки. В табл. 3 представлены объемы мер государственной поддержки Новосибирского облпотребсоюза за 2020–2022 гг.

**Меры государственной поддержки
Новосибирского облпотребсоюза за 2020 – 2022 гг., тыс. руб.**

Показатель	2020	2021	2022	Изменение			
				2021/2020		2022/2021	
				тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Обновление основных средств	1836	885	1546	-951	48,20	661	174,69
Оплата нерабочих дней (COVID-19)	0	5177	0	5177	-	-5177	0,00
Возмещение транспортных расходов	16 320	17 059	18 068	739	104,53	1009	105,91
Возмещение расходов на дезинфекцию	3528	710	0	-2818	20,12	-710	0,00
Списание льготного кредита	0	57 925	0	57 925	-	-57 925	0,00
Фонд занятости	753	774	1015	21	102,79	241	131,14
Возмещение по хлебобулочным продуктам	0	542	3635	542	-	3093	670,66
Пострадавшие отрасли	13 889	0	0	-13 889	0,00	0	-
Всего получено	36 326	83 072	24 264	46 746	228,68	-58 808	29,21

Основная часть государственных мер в целях поддержки деятельности Новосибирского облпотребсоюза связана с компенсацией понесенных затрат, а именно: возмещение транспортных расходов, расходов на дезинфекцию, на производство хлебобулочной продукции, на обновление основных средств и др.

Анализируя меры государственной поддержки, можно сделать вывод о том, что объем государственной помощи в 2022 году сократился на 58 808 тыс. руб. (на 71,79 %). Данный факт связан с тем, что в 2021 году был списан льготный кредит в размере 57 925 тыс. руб. по государственной программе, направленной на поддержку субъектов, пострадавших от распространения коронавируса COVID-19.

Проведенный анализ позволил сделать вывод о том, что деятельность Новосибирского облпотребсоюза в 2022 более эффективна, чем в предыдущий период. В 2022 году наблюдался рост всех рассмотренных показателей рентабельности. Эффективное использование ресурсов — залог успешного развития организации.

Анализ показателей, характеризующих финансовое состояние, позволил сделать вывод об устойчивом финансовом состоянии Новосибирского облпотребсоюза. У организации достаточно собственных средств для финансирования своей текущей деятельности.

Список литературы

1. Исаева, Ш. М. Деловая активность как результат эффективной деятельности организации / Ш. М. Исаева, З. Р. Хамбулатова // Журнал прикладных исследований. — 2022. — № 4. — С. 284–289.
2. О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации : Закон РФ от 19.06.1992 № 3085-1 (послед. ред.) [Электронный ресурс]—URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_608/ (дата обращения: 04.03.2024 г.).
3. Новосибирский облпотребсоюз [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.nops.ru/> (дата обращения: 04.03.2023).

**ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН
НА ФИНАНСИРОВАНИЕ МИКРО-, МАЛЫХ И СРЕДНИХ
ПРЕДПРИЯТИЙ В ЦЕПОЧКЕ ПОСТАВОК.
ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ КРЕДИТОВАНИЯ
МАЛЫХ И МИКРОПРЕДПРИЯТИЙ**

А. Ян

Научный руководитель: И. П. Монич, *канд. экон. наук, доцент*
Забайкальский государственный университет (ЗабГУ),
г. Чита, Россия
2907123479@qq.com

Малые и микропредприятия в рыночной экономике всегда играли важную роль. Однако из-за особенностей малых и микропредприятий и асимметрии информации на рынке проблема трудностей с финансированием разработана недостаточно. Многие МСП и микропредприятия в цепочке поставок находятся в слабом положении и не проявляют инициативы, поскольку в них доминируют основные предприятия, а финансирование очень затруднено из-за их собственных проблем с кредитами. Блокчейн — это новая онлайн-технология с децентрализованным хранилищем данных, точной и очень прозрачной информацией, которую нелегко украсть и манипулировать ею. Это может обеспечить лучшую среду и гарантировать финансирование малым и микропредприятиям в цепочке доставки. В статье проанализированы технические характеристики самой цепочки блоков и использование ее для финансирования малых и средних предприятий в цепочке. Результаты показывают, что технология блокчейна может повлиять на финансирование малых и микропредприятий в цепочке поставок, создать новую финансовую среду и снизить финансовое давление на них.

Ключевые слова: финансирование малых и микропредприятий, блокчейн, кредит.

**RESEARCH ON THE IMPACT OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGY
ON THE FINANCING OF MICRO, SMALL AND
MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE SUPPLY CHAIN.
FINANCING CREDIT PROBLEMS FOR SMALL AND
MICRO ENTERPRISES**

A. Yang

Research supervisor: I. P. Monich, PhD in Economics, associate professor
Transbaikal State University, Chita, Russia
Ivan.Monich@zabgu.ru

Small and micro enterprises in the market economy have always played an important role. However, due to the characteristics of small and micro-enterprises and the asymmetry of information on the market, the problem of financing difficulties has not been well developed. Many SMEs and micro-enterprises in the supply chain are in a weak position and have no initiative because they are dominated by the core enterprises, and funding is very difficult because of their own problems of credit. Blockchain is a new online technology with decentralised data storage, accurate and very transparent information and is not easy to steal and manipulate. It can provide a better

environment and guarantee funding for small and micro-enterprises in the chain Delivery. Paper will analyse the technical characteristics of the block chain itself and use it to finance small and medium-sized enterprises in the chain. Results show that blocking technology can influence the financing of small and micro-enterprises in the supply chain, create a new financing environment for small and micro-enterprises and reduce financial pressure on small and micro-enterprises.

Keywords: Small and micro enterprise financing, Blockchain, Credit.

Relevance of the study. Ninety percent of China's enterprises are small and micro enterprises, mainly individual industrial and commercial households, which provide eighty percent of China's jobs, and the products they produce and the value they create in the service industry account for more than half of China's GDP. Small and micro enterprises are the main force of China's national economy, most of the jobs come from small and micro enterprises, and have made indelible contributions to China's narrowing of the gap between the rich and the poor. With the increasing development of science and technology and the background of the Internet era, there is a new solution to the problem of financing difficulties for small and micro enterprises.

Purpose of the study. Financing innovation in the supply chain based on blockchain technology, with small and micro enterprises as the core.

Research methods and tools. Literature review is used as a main method.

Wei Yanan et al. (2018) [1] believe that integrating supply chain technology into the process of blockchain production can give on-chain enterprises a better development environment. The lack of data exchange and the lack of decision-making ability of various market players make it difficult to develop supply chain finance. The decentralization of each participant of the blockchain and the inability to modify the information can be applied to the mutual transmission of information in supply chain finance and improve the efficiency of operational decision-making. Lin Nan (2018) [2] believes that the transparency of transaction books can be improved through blockchain technology, increasing the degree of data interoperability and sharing, reducing the steps of human operation, and providing a new solution to the problem of personnel costs in supply chain finance, making the operation efficiency of supply chain micro, small and medium-sized enterprises more efficient, and financing easier. Ma Junyu (2019) [3] pointed out that the reason for the limited development of supply chain finance in the network environment is that the financing speed of small and micro enterprises is slow, systemic risks are difficult to avoid, and the credit risks incurred by small and micro enterprises are all borne by banks, resulting in the dare not to lend to small and micro enterprises easily. It can detect the credit changes of small and micro enterprises and every credit fraud in the transaction at the first time, reduce the bank's capital investment in risk control, and expand the financing channels of small and medium-sized enterprises in supply chain finance.

Chu Xuejian (2018) [4] believes that the characteristics of blockchain technology can be used to establish a service platform for transaction data exchange and sharing. Zhu Xingxiong (2018) [5] believes that blockchain technology can provide a new solution to the problem of collecting and sorting bill data of central enterprises in the supply chain industry, and build a collective with interrelated interests with blockchain technology as the core, so that the data within the collective is true and transparent.

Practical and (or) theoretical significance of the study. It constructs the development path of blockchain technology applied to the financing of small and medium-sized enterprises in supply chain finance, and establishes a platform that can integrate supply chain enterprises and communicate with banks and third-party enterprises, and proves that the combination of blockchain and credit market has made great contributions to the solution of credit rationing problems of small and micro enterprises. On this basis, the supply chain financing of small and micro enterprises is further affected by the combination of blockchain and financial market.

References

1. Wei Ya Nan, Rong Yuan Jie, Liu Mingwei. Research on innovative application of blockchain technology in Supply chain finance [J]. Bidding and Procurement Management, 2018 (06):31–34.
2. Lin Nan. Research on Supply chain finance Model Innovation based on blockchain technology [J] Fintech, 2019 (04):52–55.
3. Ma Junyu. Optimization path of network supply chain finance innovation based on blockchain technology [J]. Journal of Shanxi University of Finance and Economics, 2019 (04):18–20.
4. Save the snow, Gao Bo. Research on Supply chain finance innovation driven by blockchain [J]. Financial Development Research, 2018 (08):68–71.
5. Zhu Xingxiong, He Qingsu, Guo Shanqi. Application of blockchain technology in supply chain finance [J]. China Circulation Economy, 2018, 32 (03):111–119.

УДК 338.012

**ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ
ПРЕИМУЩЕСТВ ОРГАНИЗАЦИИ**

А. Е. Анисимова, *обучающийся*, С. И. Охременко, *канд. техн. наук, доцент*
Донбасский государственный университет юстиции
(ДГУЮ Минюста России),
г. Донецк, Россия
an.anisimova.26@mail.ru

Конкурентные преимущества способствуют привлечению и удержанию клиентов, установлению более высоких цен на товары или услуги, снижению издержек, повышению эффективности бизнес-процессов и даже экспансии на зарубежные рынки. Для успешного формирования конкурентных преимуществ необходимо провести глубокий анализ рынка и отрасли. Организации важно изучать свои сильные и слабые стороны, анализировать стратегии конкурентов, поскольку только так можно выявить ключевые факторы или особенности, которые помогут выделиться среди других участников рынка и привлечь внимание потребителей.

Ключевые слова: конкурентное преимущество, конкуренция, конкурентоспособность, внешние и внутренние преимущества, стратегия конкуренции.

Актуальность исследования заключается в том, что компания, обладающая сильными конкурентными преимуществами, имеет большие шансы на успех на рынке.

Целью исследования является выявление основных факторов, влияющих на формирование конкурентных преимуществ юридической фирмы, а также разработка практических рекомендаций для организаций данной отрасли.

Теоретические аспекты формирования конкурентных преимуществ необходимы для дальнейшего исследования и формирования конкурентных преимуществ организации. В статье отражены понятие и сущность конкурентоспособности предприятия, источники, классификация и характеристика критериев конкурентоспособности предприятия, формирование корпоративной культуры для создания конкурентного преимущества организации, а также стратегии, которые направлены на достижения конкурентных преимуществ организации.

Конкуренция в рамках классической экономической теории рассматривается как неотъемлемая часть рыночного механизма. В современной экономической теории конкуренция рассматривается как характеристика рынка. Такое толкование данного понятия возникло в связи с развитием теории «морфологии рынка».

Конкуренция — это неуправляемый элемент, оказывающий воздействие на работу организации, которая может быть направлена деятельностью организации. Борьба за клиента (потребителя), а также полное удовлетворение его потребностей является основным аспектом соперничества в экономической системе. Это борьба за долю рынка, успех которой напрямую зависит от цены

и качества товаров. Потребитель, в свою очередь, выступает в качестве показателя предпринимательской активности [1, с. 4].

Современная экономическая обстановка постоянно меняется. В таких условиях компаниям из России необходимо активно отстаивать свои интересы и укреплять свои позиции на мировых рынках. Один из возможных подходов для российских компаний заключается в диверсификации своей деятельности и изучении новых рынков. Разнообразие товаров и услуг способствует снижению зависимости от отдельного рынка и ослабляет воздействие недружественных государств. Кроме того, многие организации из России стремятся уменьшить свою зависимость от зарубежных партнеров и инвесторов. Это можно достичь путем развития внутреннего рынка, привлечения отечественных инвестиций и разработки собственных технологий.

Аспекты, которыми определяется конкурентоспособность организации:

1) стандарт качества продукции или услуг: предлагаемые услуги и продукция компании должны соответствовать высокому качеству, отвечать потребностям клиентов;

2) инновационная деятельность: активное внедрение инноваций, разработка нового товара или услуг в развитии организации позволяют быть на шаг впереди конкурентов;

3) эффективность производственных процессов: компания должна иметь эффективные производственные процессы, которые способствуют снижению издержек и увеличению производительности. Это также помогает предприятию устанавливать более конкурентоспособные цены и обеспечивать высокое качество производимой продукции;

4) для успешного продвижения на рынке необходимо, чтобы у предприятия были эффективные маркетинговые стратегии и навыки продвижения их продукции или услуг. Положительная репутация и результативная реклама способствуют привлечению новых клиентов и удержанию старых;

5) эффективное управление ресурсами также является немаловажным аспектом: такие управления ресурсами, как финансы, персонал, материалы и технологии, необходимы для успешной деятельности предприятия. Компетентное управление позволяет использовать ресурсы максимально стратегически и эффективно;

6) для обеспечения конкурентоспособности необходимо иметь уникальное конкурентное преимущество, которое может выделять предприятие среди других и сможет сделать его предпочтительным для клиентов. Это могут быть инновационные технологии, оригинальный дизайн или высокий уровень обслуживания [2, с. 125–142].

Наличие корпоративной культуры является неотъемлемой частью компании. Корпоративная культура имеет важное значение для того, чтобы сформулировать конкурентное преимущество, которое поможет организации выделиться среди множества других организаций и обеспечить уникальность своей продукции и услуг.

Решающую роль в формировании корпоративной культуры играет выбор стратегии компании. Стратегия компании должна соответствовать целям и

задачам, которые поставила перед собой организация. Эта стратегия способствует созданию благоприятной рабочей атмосферы, росту и развитию сотрудников, а также достижению поставленных бизнес-целей.

Стимулирование и привлечение выдающихся специалистов является одной из ключевых целей корпоративной культуры. Культура компании должна привлекать к себе профессионалов, способных в значительной мере способствовать достижению стратегических целей организации. Основное внимание следует уделять ценностям, которые имеют значение как для самой компании, так и для ее сотрудников, а также развитие лидерских навыков среди персонала.

Организация должна стремиться к созданию открытой и доверительной атмосферы, где каждый сотрудник имеет возможность свободно выражать свою точку зрения и идеи. Система обратной связи, регулярные образовательные программы и взаимодействие между коллегами на всех уровнях организации являются основой успешной корпоративной культуры.

Необходимо также обращать внимание на укрепление организационных ценностей и принципов. Они должны быть четко сформулированы и гармонично вписываться в стратегические цели. Руководство и лидерство в компании также играют важную роль в поддержании и распространении ценностей организации, в формировании корпоративной идентичности и стимулировании сотрудников.

Создание корпоративной культуры, основанной на выбранной стратегии компании, является неотъемлемым и важным элементом успешного развития и конкурентоспособности. Это способствует привлечению и удержанию талантливых сотрудников, созданию благоприятной среды для роста и развития, а также формированию уникального имиджа компании на рынке.

В работах известного современного экономиста Майкла Портера подробно исследуется сущность конкуренции и факторы, которые ее стимулируют. Он пришел к такому выводу «конкуренция в отрасли охватывает гораздо больший круг участников, чем кажется на первый взгляд, и она является основой экономической деятельности. Различные конкурирующие силы, такие как потребители, поставщики, потенциальные конкуренты и альтернативные продукты, оказывают влияние на этот процесс» [3, с. 130].

Оценка и значимость критериев конкурентоспособности предприятия предполагает анализ их влияния на конкурентное преимущество компании. Различные критерии могут иметь различную важность в зависимости от конкретной отрасли и сферы деятельности. Например, для производственного предприятия ключевыми факторами могут быть качество продукции, эффективность производственных процессов и оптимальное использование ресурсов. В то же время для предприятий в сфере услуг важными могут быть критерии, связанные с уровнем обслуживания клиентов, инновационностью и удовлетворенностью потребителей.

Анализ объема и классификация критериев конкурентоспособности предприятия являются неотъемлемой частью стратегического планирования и развития бизнеса. Их основная цель заключается в определении наиболее значимых и критических аспектов, способных обеспечить конкурентное преимущество

и успешное развитие компании. Понимание и учет этих критериев позволяют предприятию разрабатывать компетентную стратегию, гибко реагировать на изменения на рынке, принимать оперативные решения и улучшать свою позицию среди конкурентов.

Один из ключевых факторов успеха любого предприятия — его конкурентоспособность. Для эффективного изучения и анализа этого аспекта деятельности компании необходимо провести классификацию и описание критериев конкурентоспособности. Из статьи И. В. Полухиной: «Воздействие на организацию оказывает несколько категорий факторов, формируя и постоянно изменяя среду конкуренции. Уровень сложности возрастает из-за того, что каждая из этих категорий включает в себя множество компонентов, причем их состав и структура уникальны для каждой компании. Поэтому конкурентная борьба не может быть полностью охарактеризована путем перечисления всех конкурентных сил и факторов» [4].

Итак, главный вывод исследования, основанный на теоретических исследованиях классиков в области конкуренции, заключается в том, что рыночная конкуренция является динамичным, сложным и комплексным явлением. На предприятие влияет несколько групп факторов, формируя и постоянно изменяя конкурентную среду его деятельности. Уровень сложности усиливается тем, что каждая из этих групп состоит из множества элементов, и их состав и структура уникальны для каждого предприятия. В связи с этим конкуренция не может быть полностью описана через исчерпывающий список конкурентных сил и факторов.

Список литературы

1. Сурнина, К. С. Конкуренция в предпринимательстве / К. С. Сурнина, Ю. М. Дененберг // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. — 2018. — № 1. — URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_32299188_10139748.pdf.
2. Полухина И. В. Анализ рисков и внутрихозяйственных резервов устойчивого развития организаций в условиях беспрецедентных экономических ограничений и новых реалиях конкуренции // Современная экономика: проблемы и решения. — 2022. — 149 с.
3. Портер, М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. — Москва : Вильямс, 2005. — 597 с.
4. Полухина, И. В. Экономический анализ резервов повышения конкурентной устойчивости и эффективности деятельности коммерческой организации / И. В. Полухина // Современная экономика: проблемы и решения. — 2019. — С. 125–142.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

А. Ю. Анпилогов, *обучающийся*, Е. А. Букрина, *канд. экон. наук*
Мариупольский государственный университет им. А. И. Куинджи
(МГУ им. А. И. Куинджи),
г. Мариуполь, Россия
ocean_mar_06@mail.ru

В данной работе рассмотрены основные аспекты оценки эффективности использования инновационного потенциала предприятия, а также уточнено определение структуры инновационного потенциала и выделены составляющие, определяющие возможности инновационного развития предприятия.

Ключевые слова: инновации, инновационный потенциал, механизмы управления, потенциал предприятия.

Глубокие преобразования социально-экономических отношений, форм собственности, способов ведения хозяйства, системы управления, происходящие в России, детерминируют необходимость понимания и анализа проблем развития общества, аргументации его приоритетов для формирования соответствующих механизмов управления.

Одной из наиболее острых проблем общественного развития России в условиях сегодняшнего времени является проблема инновационного развития. Это связано с тем, что интеграционные процессы требуют масштабной перестройки в системе производства и промышленного обеспечения.

От величины и эффективности использования имеющегося на данной территории инновационного потенциала в значительной мере зависит социально-экономическое развитие. По этой причине разработка научно-методических подходов к оценке инновационного потенциала и разработка радикальных механизмов эффективности его использования, несмотря на всю сложность и многоаспектность данной проблематики, является одним из наиболее важных современных направлений исследований.

Инновационный потенциал является основой обеспечения инновационного развития и экономического роста предприятия. Концептуальным отражением феномена инновационной деятельности является понятие «инновационный потенциал», которое конкретизировалось и уточнялось путем методологических, теоретических и эмпирических исследований [1].

Предпосылкой разработки стратегии развития как отдельного субъекта хозяйствования, так и региона или страны в целом является инновационный потенциал. В структуре инновационного потенциала чаще всего выделяют кадровую, информационно-технологическую, организационную и материально-техническую составные части. На уровень инновационного потенциала влияют не только доступные и многообещающие ресурсы, возможности

и способности, но и среда хозяйствования. В целом влияние среды хозяйствования на инновационный потенциал различают в разрезе эндогенных и экзогенных факторов.

Эндогенная составная часть инновационного потенциала характеризует дееспособность и эффективность функционирования других его элементов. К эндогенным факторам можно отнести историю и имидж предприятия; стратегические приоритеты; качество менеджмента; маркетинг; производство, финансовое состояние; экономическое состояние [3]. Предприятия должны концентрировать внимание не только на внутренних делах, но и на выявлении и учете в своей деятельности влияния внешней среды.

При формировании инновационного потенциала предприятия сталкиваются с проблемой в преодолении внешних барьеров, т. е. эндогенных факторов, влияющих на инновационный потенциал предприятия. Каждый из факторов влияния на инновационный потенциал прямо или косвенно может осуществлять как положительное, так и отрицательное влияние при определенных обстоятельствах в определенный период времени, а также обуславливает появление новых возможностей для предприятия.

В общем виде инновационный потенциал предприятия определяется тремя основными составляющими (рисунок), а именно: кадровым, финансово-экономическим и научно-техническим потенциалом предприятия.



Составные части инновационного потенциала предприятий

Потенциальные инновационные возможности предприятия можно рассматривать с нескольких позиций:

- 1) они могут быть активными и пассивными;
- 2) это могут быть прогнозируемые ресурсы, которые находятся в прямой зависимости от имеющихся ресурсов. Примером этого вида ресурсов в пределах финансовой составляющей является прогнозируемый размер прибыли, кадровой-запланированное повышение квалификации персонала.

Следует подчеркнуть, что привлечение инновационных ресурсов обязательно должно быть целенаправленным. При этом необходимо акцентировать

внимание именно на инновационном характере исследуемых ресурсов, т. е. в поле зрения попадают лишь те из них, которые предприятие в состоянии выделить на инновационную деятельность, а не вся совокупность ресурсов, которая есть в наличии у банковского учреждения в целом, то есть, по нашему мнению, инновационный потенциал формируется за счет отделения из каждой составляющей общего ресурсного потенциала предприятия части ресурсов, необходимых для осуществления инновационной деятельности [2].

Инновационный потенциал должен отражать его реальную способность к использованию имеющихся ресурсов для достижения поставленной цели. Однако, по нашему мнению, нельзя исследовать инновационный потенциал предприятия сугубо теоретически, отрываясь от имеющегося на момент оценки влияния внутренних и внешних факторов.

Деятельность любого предприятия как субъекта хозяйствования осуществляется под влиянием определенных факторов. С учетом специфики ведения инновационной деятельности формирование и использование инновационного потенциала тоже обусловлено действием этих факторов. Действие факторов может быть как прямым, так и опосредованным, от чего их значение не уменьшается.

Среди всей совокупности факторов влияния на формирование и эффективное использование инновационного потенциала особого внимания требует фактор времени. В этом контексте речь должна идти о скорости использования инновационных возможностей, а именно:

- если речь идет о текущем состоянии (использование имеющихся у предприятия инновационных ресурсов), то имеется в виду его реальный (явный) инновационный потенциал;

- если речь идет о ближайшем будущем (привлечение резервов предприятия, дополнительных инвестиций, целевой выпуск ценных бумаг, повышение квалификации персонала, набор персонала с соответствующей квалификацией, проведение маркетинговых исследований, то речь должна идти о возможном (перспективном) инновационном потенциале.

Таким образом, фактор времени играет одну из ведущих ролей при определении предельных возможностей формирования и использования инновационного потенциала предприятия.

Анализ инновационного потенциала по определенным его составляющим предоставляет возможность разработки процедур оценки его достаточности для разработки и продвижения на рынок конкретных инноваций с целью оптимизации их выбора.

Результаты исследования должны стать основой разработки системы целенаправленного поиска, анализа, оценки и отбора инноваций, приемлемых для конкретных предприятий в определенных рыночных ситуациях, учитывая перспективы их развития.

Список литературы

1. Борисов В. Н., Почукаева О. В., Балагурова Е. А. Прогнозирование инновационного потенциала : монография. — Москва : МАКС Пресс, 2018. — 180 с.
2. Долинская, А. Ю., Бабанова, Ю. В. Оценка инновационного потенциала предприятия на основе анализа инновационного состояния / А. Ю. Долинская, Ю. В. Бабанова // Молодой ученый. — 2019. — С. 191–196.
3. Москвичев, А. А. Оценка параметров инновационного потенциала предприятий / А. А. Москвичев // Проблемы современной экономики. — 2017. — № 1 (11). — С. 190–195.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ: СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

В. В. Бендик, *обучающийся*, Н. А. Бессонова, *старший преподаватель*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
882708@mail.ru

В статье рассматриваются современные методы оценки конкурентоспособности, систематизированы факторы повышения конкурентоспособности. Исследование по теме проведено с помощью монографического и эмпирического методов. В процессе исследования были применены общенаучные методы эмпирического исследования: наблюдение, описание, а также общелогические методы и приемы исследования: обобщение, индукция и дедукция, системный подход. Основная цель исследования — на основе исследования существующих методик оценки конкурентоспособности компаний систематизировать ключевые факторы, влияющие на ее повышение.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность организации, методы оценки конкурентоспособности, факторы повышения конкурентоспособности.

На настоящий момент важнейшей проблемой любой организации является обеспечение высокого уровня конкурентоспособности как основного показателя развития бизнеса в условиях рыночных отношений. Основной задачей каждой организации является именно рост конкурентоспособного производства с учетом влияния рыночных ограничений и действий основных конкурентов на рынке.

Обеспечение конкурентоспособности любой компании требует постоянной оценки и совершенствования на основе результатов проведенной оценки. Современные исследования как зарубежных, так и российских ученых и практиков в области менеджмента предлагают различные методики к оценке конкурентоспособности компаний с учетом ориентации на специфику их деятельности, доступности информации о конкурентах, качества обратной связи с потребителями, наличия установленных в качестве ориентиров показателей конкурентоспособности и многих других [5]. Систематизируем существующие методы оценки конкурентоспособности (рис. 1).

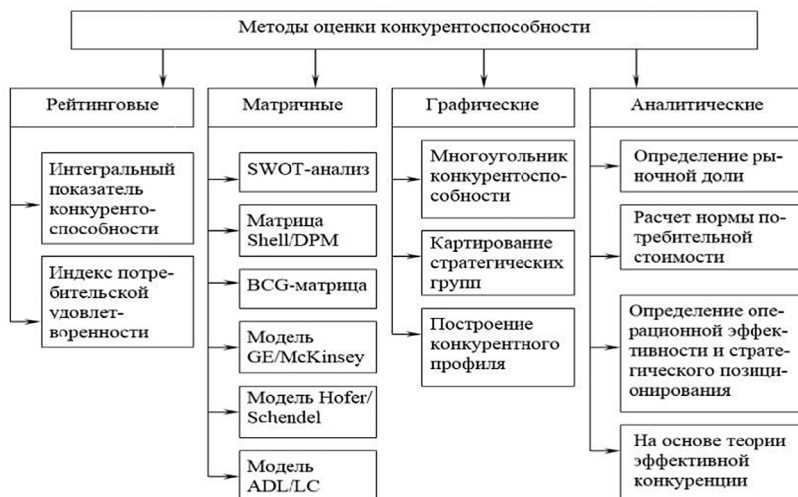


Рис. 1. Классификация существующих методов оценки конкурентоспособности организации

Каждый из перечисленных методов учитывает специфику оценки конкурентоспособности в определенном аспекте, базируясь порой на конкретных параметрах, таких как, например, отраслевая особенность, организационная структура, виды деятельности и т. п.

Так, одним из наиболее распространенных методов оценки конкурентоспособности промышленных компаний является метод SWOT-анализа, построенный на выявлении сильных слабых сторон, возможностей и угроз. Другим популярным методом оценки конкурентоспособности является метод интегральной оценки результативности управленческих нововведений, направленный на оценку эффективности инноваций, внедренных в компании.

Важно отметить, что сложившаяся ситуация внешних ограничений в экономике России по причине санкций, пандемии COVID-19, падения курса рубля, введения параллельного импорта изменили условия функционирования многих рынков, что вызвало необходимость всестороннего анализа и изучения путей повышения конкурентоспособности участников рынка с учетом новой реальности. Именно поэтому необходимо определить ключевые направления повышения конкурентоспособности компаний на настоящем этапе развития.

В современных экономических условиях грамотная инновационная деятельность — это ключевой фактор для обеспечения и планирования конкурентоспособности организации. В условиях быстрых темпов развития современных технологий и постоянных изменений на рынке организации, не инвестирующие в исследования и разработки, рискуют отстать от конкурентов. Поэтому промышленные компании должны активно разрабатывать и применять новейшие технологии для обеспечения стабильного роста конкурентоспособности.

Немаловажным аспектом в этом смысле является производство современной продукции, отвечающей запросам рынка, что особенно важно в условиях развития каналов импортозамещения по причине чрезмерного санкционного давления и ограничения ввоза большого перечня импортируемой продукции.

Одним из важных аспектов повышения конкурентоспособности является определение конкурентного статуса компании, что позволяет сформировать собственную инновационную и инвестиционную политики и определить стратегию развития с учетом внешних ограничений рыночной среды.

Современные методы оценки конкурентоспособности предполагают использование аналитических инструментов и технологий, таких как искусственный интеллект и большие данные (Big Data), что позволяет компаниям получить детальное понимание рынка, результативности конкурентов, потребностей клиентов и на этой базе разработать стратегию по повышению собственной конкурентоспособности.

Повышение конкурентоспособности обеспечивается также инновационной деятельностью, которая позволяет адаптироваться к современным технологиям с учетом требований рынка. Инновационные подходы позволяют создавать новые продукты и услуги, улучшать существующие процессы и привлекать новых клиентов.

Эффективные стратегии управления играют важную роль в повышении уровня конкурентоспособности. Достичь высокого уровня конкурентоспособности компаний можно за счет внедрения системы управления качеством, повышения квалификации персонала и перманентного совершенствования бизнес-процессов.

Таким образом, необходимо систематизировать основные факторы и их влияние на повышение конкурентоспособности компаний (рис. 2).



Рис. 2. Основные факторы повышения конкурентоспособности

Для поддержания и повышения уровня конкурентоспособности организации необходимо постоянно изучать, разрабатывать и внедрять стратегии развития. Существует множество стратегий повышения конкурентоспособности промышленных предприятий. Наиболее популярные с практической точки зрения — это стратегии, представленные на рис. 3.

Стратегия лидерства по издержкам	• предполагает снижение издержек производства путем внедрения новых технологий, оптимизации процессов и повышения производительности труда
Стратегия дифференциации	• предполагает производство продукции, отличающейся от продукции конкурентов по качеству, дизайну или другим характеристикам
Стратегия фокусирования	• предполагает концентрацию усилий компании на определенной группе потребителей или сегменте рынка

Рис. 3. Стратегии повышения конкурентоспособности промышленных компаний

Таким образом, на наш взгляд, ключевыми аспектами в повышении конкурентоспособности компании являются дифференциация и диверсификация, ориентация компании на определенные группы потребителей, внедрение инновационной политики, грамотная инвестиционная деятельность, внедрение эффективных процедур по снижению издержек. Грамотно выстроенная политика позволит не только повысить конкурентоспособность продукции компании, но и укрепить стратегически важное положение на рынке.

При выстраивании методики оценки конкурентоспособности компании должны базироваться на нескольких методах оценки конкурентоспособности [5], так как унифицированного методического подхода к оценке ее составляющих до сих пор не выбрано.

Список литературы

1. Матвеева Т. В. Повышение конкурентоспособности промышленных предприятий на основе развития инновационной деятельности : учебное пособие / Т. В. Матвеева [и др.]. — Изд-во УрФУ, 2018. — 149 с. — С. 93–114.
2. Насыбуллин С. С., Алтынбаева Э. Р. Роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности современных организаций // Человек, общество, технологии: вопросы взаимодействия в современном мире. — Петрозаводск : МЦНП «Новая наука», 2022. — С. 67–72.
3. Клименко С. М., Дуброва А. С. Управление конкурентоспособностью предприятия: учебное пособие. — Киев : КНЭУ, 2006. — 527 с.
4. Устимкин О. А. Конкурентоспособность предприятия в современных условиях: проблемы и перспективы // Форум молодых ученых; Институт управления и социально-экономического развития, 2020. — С. 614–220.
5. Белицкая О. В., Шамрай И. Н., Кондратьева Л. Н. Методы оценки конкурентоспособности организаций социально-культурной сферы // Естественно-гуманитарные исследования. — 2020. — 28 (2). — С. 59–65.

СТИЛИ РУКОВОДСТВА ПРЕДПРИЯТИЕМ И УСЛОВИЯ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Д. Д. Бовсуновский

Научный руководитель: Т. Ю. Ширяева, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
Nil0109@yandex.ru

В данной работе рассмотрены современные подходы к эффективности и применимости на практике различных стилей управления. Цель исследования — рассмотреть современные подходы к стилям руководства предприятием, сложившиеся в отечественной и зарубежной практике.

Ключевые слова: стили управления, менеджмент, лидерство.

В условиях быстроменяющегося рынка одним из ключевых факторов успеха любой компании становится возможность оперативно реагировать на любые изменения, что, прежде всего, означает адаптацию её персонала к новым условиям. Стиль управления, в свою очередь, выступая шаблоном построения связи между руководителем и подчинёнными, имеет прямое влияние как на скорость, так и на эффективность адаптации организации. Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что от своевременности и правильности выбора, а также дальнейшей реализации изменений в стиле управления напрямую зависит успешность адаптации организации. Основываясь на данном тезисе, можно утверждать о необходимости знания наиболее распространённых вариаций стилей управления, их особенностей и условий применения.

В процессе исследования были использованы методы анализа и синтеза.

Значимость исследования заключается в рассмотрении и систематизации отечественного и зарубежного опыта изучения стилей управления.

В отечественном менеджменте традиционно рассматривают два подхода к стилю управления персоналом.

1. Подход, предложенный Куртом Левиным, основанный на выделении трёх различных стилей управления, зависящих в первую очередь от личности руководителя и инициативности подчинённых. В статье «Паттерны агрессивного поведения в экспериментально созданных «социальных климатах»» приводятся три стиля лидерства: демократический, авторитарный и попустительский, а также аргументы в пользу эффективности демократического лидерства, однако упоминается и ситуативная польза авторитарного подхода. Данная классификация актуальна и по сей день, являясь основной и наиболее часто встречающейся. Стоит отметить, что в ряде зарубежных источников выделяют и четвёртый, основной стиль — коучинг.

2. Подход, основанный на выделении национальных школ, утверждающий, что стиль управления в первую очередь определяется национально-культурными особенностями.

Исходя из этого, стиль управления в отечественной практике чаще всего понимается как привычная для руководителя модель взаимодействия с подчинёнными. Важно отметить, что данные подходы не являются взаимоисключающими и разнятся, главным образом, в определении значимости национальных особенностей на формирование стиля управления [3, 4].

В дополнение к названным в зарубежной литературе встречаются и подходы не распространённые в отечественном менеджменте:

1. Ситуационное лидерство, представляющее индивидуальный подход к каждому работнику, исходя из его инициативности и профессионализма.

2. ХУ теория, предполагающая два различных взгляда на природу человеческой мотивации и соответствующие им стили управления: основанный на контроле, принуждении и основанный на минимальном вмешательстве и побуждении инициативности.

3. Подход, рассматривающий стиль управления как совокупность двух устремлений руководителя: на задачу и персонал, выделяя пять возможных стилей, зависящих от степени реализации данных устремлений.

Активное развитие в западном менеджменте получил и традиционный подход. Таким образом, на данный момент выделено около 23 распространённых и устойчивых стиля управления, в то время как «классические» стили подразумеваются как направления и основания для классификации [1, 2]. Наиболее часто встречаются следующие стили:

1. Авторитарный — характеризуется высокой централизацией, отличается лёгкостью принятия решений и сосредоточением власти.

1.1. Убеждающий — авторитарный стиль, включающий обсуждение и обоснование принимаемых решений.

1.2. Патерналистский — авторитарно-демократический стиль, учитывающий интересы команды в принятии решений, однако без влияния команды на принятие решения.

2. Демократический — характеризуется высокой ориентацией на коллектив в сочетании с высокой ролью управляющего, отличается значительной вовлечённостью команды в управление.

2.1. Консультативный — демократический стиль, со сниженной ролью управляющего в процессе принятия решений, где главная задача руководства — создать благоприятные рабочие условия.

2.2. Трансформационный — демократическо-либеральный стиль с ориентацией на инициативность и заинтересованность сотрудников, где управление происходит посредством постановки длительных целей.

3. Либеральный — характеризуется представлением широкой автономии коллективу, отличается минимальной ролью управляющего в процессе принятия решений.

3.1. Перспективный — либеральный стиль, ориентированный на развитие и обучение команды, рассчитанный на побуждение сотрудников.

3.2. Делегирующий — либеральный стиль, представляющий полную свободу в процессе выполнения проекта, функции руководителя заключаются в постановке цели и контроле результатов.

4. Коучинг — стиль, ориентированный на развитие команды как средство достижения цели, где руководитель играет роль наставника, отличается автономностью исполнителей при значительном контроле руководства.

Следует отметить, что любой стиль требует определённых условий для реализации, вследствие чего не существует универсального или однозначно правильного стиля управления. Таким образом, видение стиля управления в зарубежной практике кардинально отличается и предстаёт как гибкий шаблон, зависящий, в первую очередь, от всего коллектива. Однако, несмотря на данное различие, взгляд на условия их применения в целом совпадает. Таким образом:

1. Авторитарный стиль управления рассчитан на коллективы, находящиеся в состоянии кризиса, команды, состоящие преимущественно или полностью из неопытных сотрудников, также данный стиль подходит для компаний с сильной корпоративной культурой или профессий с малой долей творческой работы. Немаловажно упомянуть, что данный стиль управления наиболее требователен к руководителю ввиду отсутствия у коллектива регулирующего воздействия.

2. Демократический стиль управления наименее сложен в реализации ввиду наличия уравнивающих факторов, а ключевыми требованиями для его использования является инициативность коллектива и наличие практического опыта у управляющего, что делает его подходящим для большинства ситуаций.

3. Либеральный стиль предъявляет наибольшие требования к инициативе исполнителей и рассчитан, главным образом, на работы, требующие нестандартного или инновационного подхода. Также данный стиль является наиболее подходящим при отсутствии у руководства практического опыта в сфере работы.

4. Коучинг хоть и рассматривается как отдельный стиль исключительно в зарубежной литературе, но пользуется значительной популярностью как инструмент и в отечественной практике. Данный стиль является наиболее требовательным к коллективу в целом, так как требует активного функционирования двусторонних каналов связи, инициативности сотрудников и значительного опыта руководителя, выполняющего, кроме основной, роль наставника и лидера коллектива. Главное условие для данного стиля — отсутствие кризисной ситуации.

Таким образом, рассмотрены основные подходы к классификации стилей управления, сложившиеся в отечественной и зарубежной практике, выделены сходства и различия восприятия поставленной проблемы, рассмотрены условия для реализации основных стилей управления.

Список литературы

1. Атабиева А. Х., Сабанова М. М. Стили лидерства: принципы управления для российского менеджмента // Цифровая наука. — 2021. — № 9. — С. 33–41.
2. Гаттерман А. С. Стили управления // Устойчивое предпринимательство : монография. — 2024. — Разд. 1. — С. 1–12.
3. Намик Ф. Наиболее эффективный стиль управления для современного рабочего места // Международный журнал инженерных и управленческих наук. — 2019 — Т. 3, № 3 — С. 402–411.
4. Смянов С. Н. Максименко Ю. А. Ситуационное лидерство в современной организации // Символ науки. — 2023. — № 12–2. — С. 71–72.

МЕТОДЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ПОБУЖДЕНИЯ К ТРУДУ

Д. А. Борзенков

Научный руководитель: Т. Ю. Ширяева, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
l.borzenkov2014@xmail.ru

В данной работе рассмотрены методы экономического и психологического побуждения к труду, применяемые на практике для повышения производительности сотрудников. Цель — исследовать и проанализировать различные подходы к мотивации работников с учетом экономических и психологических аспектов. Комплексный обзор средств и методов, которые могут быть использованы для стимулирования трудовой активности сотрудников и повышения уровня их производительности.

Ключевые слова: методы побуждения к труду, менеджмент, мотивация, стимулирование.

Тема методов экономического и психологического побуждения к труду актуальна в современном обществе, поскольку эффективное управление человеческим капиталом становится всё более важным для успешной деятельности компаний и организаций. Понимание того, как мотивировать сотрудников к выполнению своих рабочих обязанностей, является ключевым аспектом развития любой организации. Основываясь на данном тезисе, можно сказать, что знание методов экономического и психологического побуждения к труду является обязательным для стабильного существования компаний в условиях быстроменяющейся конъюнктуры рынка.

В процессе исследования были использованы следующие методы исследования: анализ и синтез.

Значимость исследования заключается в комплексном обзоре средств и методов для стимулирования и мотивирования сотрудников в организации.

Труд — это одна из основных составляющих жизни человека. Он не только обеспечивает материальное благосостояние, но и придает смысл нашему существованию. Возможность работать и развиваться в трудовой деятельности несомненно важна для каждого человека. Однако не всегда люди могут найти мотивацию для работы, поэтому существуют методы экономического и психологического побуждения к труду [1].

Экономические методы побуждения к труду основаны на материальных стимулах, которые могут активизировать человека. Один из наиболее распространенных методов — это установление фиксированной заработной платы, которая должна быть достаточно высокой для того, чтобы мотивировать работника к выполнению своих обязанностей. Также можно использовать систему премирования за достижение определенных целей или качественных показателей работы. Это может быть как материальное вознаграждение, так и нематериальное — например, поощрение или благодарность руководства.

Экономические методы побуждения к труду можно условно разделить на две категории: прямого и косвенного воздействия [4].

К методам прямого воздействия относятся:

1. Дополнительная оплата труда.
2. Вознаграждение.
3. Премия.
4. Различные виды выплат (оплата проезда, прогрессивные выплаты за выслугу лет, выплаты нескольких должностных окладов при выходе работника на пенсию и т. д.).

К методам косвенного воздействия относят:

1. Пользование служебным автомобилем (возможно только в достаточно крупных организациях и нерядовым сотрудникам).
2. Предоставление льгот на использование домов отдыха для сотрудников и их детей.
3. Корпоративные скидки.
4. Предоставление льготного страхования жизни сотрудников.
5. Льготное кредитование.

Психологические методы побуждения к труду направлены на удовлетворение внутренних потребностей и желаний человека. Один из таких методов — это создание комфортных условий труда, которые могут способствовать повышению мотивации к работе. Это может быть не только оборудование рабочего места современной техникой, но и создание дружеской атмосферы в коллективе, гибкий график работы или возможность карьерного роста. Важной частью психологических методов является также обучение сотрудников навыкам самоуправления, развитие личностных качеств и навыков коммуникации, лишение предоставленных льгот [1, 3].

К способам психологического воздействия относят:

- внушение,
- убеждение,
- подражание,
- вовлечение,
- побуждение,
- принуждение,
- осуждение,
- требование,
- запрещение,
- порицание и т. д.

Сами по себе экономические или психологические методы побуждения к труду не всегда являются эффективными. Чаще всего успешным оказывается их комбинированное использование. Например, возможно сочетание материального вознаграждения с развитием профессиональных навыков сотрудников, что позволит им не только получать прибыль, но и чувствовать себя ценными и востребованными членами коллектива. Интересно, что к психологическим методам относится и мотивация внутреннего типа, которая может быть наиболее эффективной в долгосрочной перспективе. Сотрудник, который испытывает

удовлетворение от своей работы и видит в ней смысл, может быть более продуктивным и эффективным, чем тот, кто работает исключительно ради материального вознаграждения. Поэтому важно учитывать индивидуальные потребности и мотивации каждого сотрудника, чтобы создать наилучшие условия для его трудовой деятельности [4].

Таким образом, методы экономического и психологического побуждения к труду являются необходимыми средствами для стимулирования активности сотрудников и повышения качества и результативности их работы. Важно учитывать различные аспекты личности и мотивации каждого сотрудника, чтобы создать наилучшие условия для его профессионального развития. Подбирая оптимальные методы побуждения к труду, предприятия могут добиться успеха и устойчивого развития на рынке.

Список литературы

1. Родионова Ю. В. Мотивация трудовой деятельности : учебное пособие. — Нижний Новгород : «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского», 2019. — 57 с.
2. Токарева, Ю. А. Мотивация трудовой деятельности персонала: комплексный подход : монография / Ю. А. Токарева, Н. М. Глухенькая, А. Г. Токарев. — Шадринск : ШГПУ, 2021. — 215 с.
3. Шкрабалюк, А. А. Современные инструменты и методы мотивации и стимулирования трудовой деятельности персонала / А. А. Шкрабалюк // Молодой ученый. — 2021. — № 12 (354). — С. 211–217.
4. Колесников К. А. Баташова, А. Ф. Методы мотивации персонала [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-motivatsii-personala> (дата обращения: 07.03.2024).

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

В. В. Буслов

Научный руководитель: С. И. Охременко, *канд. техн. наук, доцент*
Донбасский государственный университет юстиции
(ДГУЮ Минюста России),
г. Донецк, Россия
buslof.valera@gmail.com

В статье рассматривается сущность проектной деятельности. В условиях нестабильности актуальным становится вопрос поиска новых и нетипичных способов организации деятельности современных предприятий. Прежде всего, они должны быть гибкими и готовыми к переменам, но в то же время иметь четкий план действий. В статье характеризуются инновационные методы управления проектами: Scrum, Agile, Lean, Kanban. Именно управление проектами объединяет эти требования. Однако методы и подходы проектного управления до сих пор не получили широкого распространения на предприятиях Российской Федерации. Кроме того, существует множество различных методологий управления проектами, что затрудняет понимание и выбор оптимального варианта управления проектами.

Ключевые слова: менеджмент, метод, управление проектами, управление, проект, классический подход, Scrum, Agile, Lean, Kanban.

«Управление проектом» — это процесс управления команды и ресурсов проекта с помощью определенных методов, чтобы проект был успешно завершен и достиг поставленных целей.

Управление проектами означает использование конкретных знаний, навыков, инструментов и методов для предоставления людям чего-то ценного.

Наиболее известным подходом в управлении проектами является классический подход. Он исходит из того, что безопаснее реализовывать то, что более управляемо, и разбивает процесс его реализации на последовательные этапы. Традиционное управление проектами в первую очередь основано на этой линейной структуре.

Обычно выделяют пять стадий классического управления проектами, что не исключает возможности наличия дополнительных стадий. К указанным этапам традиционного управления относятся: инициирование, планирование, разработка, внедрение и тестирование, мониторинг и завершение проекта. Это основа, на которой строятся методы управления проектами.

Таким методом является Agile — итерационный метод планирования и управления процессами и проектами [6]. Особенностью Agile является то, что проект разбивается не на последовательные этапы, а на небольшие подпроекты, которые затем объединяются в готовый продукт.

Agile-методология основана на итеративной разработке, при которой требования и решения развиваются благодаря сотрудничеству межфункциональных команд, способных к самоорганизации. В конце каждой итерации, которая обычно длится одну-две недели, команда пересматривает приоритеты разработки. Agile подчеркивает личное общение.

Далее идёт метод **Scrum**. Созданный в 1986 году, он считается наиболее структурированным из семейства Agile. В основе этого метода лежит идея регулярной проверки проекта на соответствие заданному направлению и стремлениям клиента. Немаловажное значение имеет и постоянное стремление улучшать работу, ее качество и скорость выполнения. Это цикл тестирования и адаптации.

Scrum как методология базируется на следующих принципах: люди (члены команды) важнее процессов; продукты, которые действительно работают, важнее, чем документирование их номинального назначения; сотрудничество с клиентами важнее переговоров с ними; реагирование на изменения окружающей среды более важно, чем следование плану (ам). Таким образом, конечным результатом использования Scrum является резкое повышение производительности, особенно команд.

Описывая особенности практического внедрения Scrum, следует выделить следующие [4]:

- метод работы над проектом должен допускать изменения, открытия и новые идеи;
- после каждого выполненного задания следует проверка на соответствие цели и возможности для улучшения;
- команда принимает на себя обязательства по выполнению объема работ. Работа команды оценивается как работа единой группы;
- члены команды могут самостоятельно принимать решения относительно порядка своих действий;
- Scrum Master (менеджер проекта), представляя интересы конечных пользователей, не диктует, как реализовать ту или иную задачу, а лишь выявляет и устраняет препятствия на пути реализации задач проекта; Scrum разбивает проект на части, которые клиент может немедленно реализовать. Scrum разбивает проект на части, которые клиент может использовать немедленно.

В конечном итоге заказчику предоставляется работающее устройство изделия — те важные детали, которые уже пригодны к использованию. После этого команда проекта переходит к следующему спринту. Из вышеизложенного приходим к выводу, что Scrum сочетает в себе элементы классического процесса и идеи гибкого подхода к управлению проектами, что особенно важно в нынешних турбулентных условиях.

Долгосрочная конкурентоспособность, в том числе от реализации конкретного проекта, без значительных капитальных вложений обеспечивается применением методологии Lean.

Lean — это систематический подход к выявлению и устранению потерь посредством постоянного улучшения. Концепция Lean предполагает, что энергию следует вкладывать только в те процессы, которые приносят пользу и ценность потребителю, все остальное — потери (муда), все методы направлены на сокращение (или полное устранение) деятельности, не создающей ценности [6].

Важнейшими характеристиками использования Lean при реализации проекта следует считать:

- отказ от общепринятых установленных подходов к организации производства;

- акцентирование внимания на том, как сделать, а не на том, почему не может быть сделано;
- отказ спринта по идеалу, приоритет сделать то, что возможно сейчас, даже если это всего 50 % от нужного;
- нечеткость границ этапов, позволяющая параллельно выполнять несколько задач на разных этапах, что повышает гибкость и увеличивает скорость выполнения проектов;
- исправление ошибок немедленно;
- важность привлечения к исполнению всего персонала. Указанные характеристики Lean, их гибкость являются преимуществом, дающим дополнительные гарантии успешной реализации проектов.

Kanban как метод управления проектами — это своего рода формализация ключевых принципов Lean в более точном подходе. Kanban — это стиль управления проектами, в котором используется визуальная доска и временная шкала, поддерживающая рабочий процесс. Он визуализирует, какие части проекта выполнены, что находится в процессе и что необходимо завершить.

Kanban менее строгий, чем Scrum. Это система основного привлечения, которая позволяет командам переходить к бесперерывному потоку и менять размер смены команд. Также внеплановые встречи по статусу проекта можно скорректировать по вашему усмотрению или отменить вовсе. Чтобы работать с Kanban, вам необходимо определить этапы вашего рабочего процесса. Система Kanban является гибким методом управления, основанным на философии непрерывного усовершенствования, когда рабочие элементы «вытягиваются» из резерва продукта в постоянный поток. В результате получается товарная позиция, готовая к доставке заказчику.

Kanban имеет четыре столпа, на которых держится вся система [7]:

1. Карты. Каждая такая карточка представляет собой рабочее задание, проходящее различные этапы выполнения и представленное на виртуальной доске.
2. Ограничение количества задач на этапе. Количество карт на каждом шаге строго регламентировано. Это позволяет с первого взгляда увидеть, когда в потоке операций возникает быстро устранимый «затор».
3. Устранение неполадок, т. е. Kanban помогает устранять неполадки при разработке программного обеспечения, оптимизируя рабочий процесс и сокращая ненужные элементы работы.
4. Непрерывное совершенствование: Scrum включает в себя регулярные ретроспективы для выявления областей для улучшения и внедрения изменений, которые помогут командам постоянно совершенствовать свои процессы и практики.

Реализация проекта — признак развития компании. Принимая решение о том, какую методологию управления проектами использовать для реализации, менеджер должен учитывать сложность проекта, клиента, ресурсы и ограничения проекта (особенно изменения и риски), сроки, инструменты и персонал. Использование инновационных методов управления проектами дало широкий спектр преимуществ: фокусировка на людях и улучшение коммуникации между ними, вместо построения сверхжестких процессов.

Выбор правильной методологии управления проектами важен для понимания того, как команда будет работать над проектом. Система управления проектами обеспечивает структуру, которая может привести к успеху или провалу проекта. Чтобы улучшить продукт и сделать его более конкурентоспособным, необходим более гибкий подход. И таким подходом является Agile-менеджмент, который сегодня используется во всех отраслях. Он переопределяет ценности и принципы, по которым сегодня работают успешные компании. Следовательно, решение о том, какую методологию управления проектами использовать, зависит от простоты или сложности проекта, клиента, ресурсов и ограничений проекта (включая изменения и риски), сроков, инструментов и персонала. Не существует универсальной методологии, есть то, что подходит для конкретного проекта. Их также можно комбинировать и модифицировать в соответствии с требованиями команды, клиента и проекта.

Список литературы

1. Ципес Г. Л. Управление проектами в современной организации : учебно-методическое пособие / Г. Л. Ципес [и др.]. — Москва : ИД НИТУ «МИСиС», 2019. — 264 с. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1283520> (дата обращения: 21.02.2024).
2. Олимпиева, Е. В. Опыт управления проектами: практикум / Е. В. Олимпиева, М. В. Плетнева; под общ. ред. Л. Н. Мазур; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. — Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2021. — 122 с. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1950267> (дата обращения: 21.02.2024).
3. Завгородняя О. В, Маловичко С. В. Значение и роль проектного менеджмента в современных условиях [Электронный ресурс]. — URL: http://www.rusnauka.com/11_NPE_2013/Economics/6_134663.doc.htm (дата обращения: 21.02.2024).
4. Сазерленд Джефф. Scrum. Научись делать в два раза больше за меньшее время. Харьков : Клуб семейного досуга, 2018. — 280 с.
5. Agile methodology. Examples, when to use it, advantages and disadvantages. — URL: <http://istqbexamcertification.com/what-is-agile-methodology-examples-when-to-use-it-advantages-and-disadvantages>
6. Lean Enterprise Academy. — URL: <http://leanuk.org>.
7. Kanban. Just-In-Time at Toyota. Management Begins at the Workplace. Hardcover, 1986. 425 p.

ФУНКЦИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ЮРИДИЧЕСКОГО СЕРВИСА

Б. А. Гагамов

Научный руководитель: С. И. Охременко, *канд. техн. наук, доцент*
Донбасский государственный университет юстиции
(ДГУЮ Минюста России),
г. Донецк, Россия
gatamovbogdan@gmail.com

Данная тема рассматривает роль и значение функции планирования в контексте деятельности юридической организации. Планирование играет ключевую роль в обеспечении эффективности работы юридического подразделения, поскольку позволяет продуманно структурировать процессы и ресурсы для достижения поставленных целей. В аннотации рассматриваются основные принципы планирования в юридической сфере, методы разработки стратегических планов, а также связь планирования юридической деятельности с общими стратегическими целями организации. Также подчеркивается важность адаптивного планирования в условиях быстро меняющейся правовой среды и неопределенности. Эффективное использование функции планирования способствует повышению эффективности работы юридического сервиса и достижению успеха в долгосрочной перспективе.

Ключевые слова: юридический сервис, планирование, менеджмент, суть, виды планирования, организация, план, стратегия, эффективность.

Исследование функции планирования в организациях юридического сервиса остается актуальным по нескольким причинам:

Изменяющаяся правовая среда. Правовая среда постоянно меняется, и юридическим фирмам необходимо адаптироваться к новым законам, постановлениям и прецедентам. Планирование помогает юридическим фирмам оставаться в курсе этих изменений и разрабатывать стратегии для реагирования на них.

Растущая конкуренция. Юридический рынок становится все более конкурентным, и юридическим фирмам необходимо выделиться, чтобы привлечь и удержать клиентов. Планирование помогает юридическим фирмам идентифицировать свои сильные и слабые стороны, а также разрабатывать стратегии для получения конкурентного преимущества.

Повышение ожиданий клиентов. Клиенты становятся все более требовательными и ожидают качественных юридических услуг по разумной цене. Планирование помогает юридическим фирмам понять потребности своих клиентов и разрабатывать стратегии для их удовлетворения.

Технологические изменения. Технологии быстро меняют юридическую отрасль, и юридическим фирмам необходимо адаптироваться к этим изменениям. Планирование помогает юридическим фирмам внедрять новые технологии и использовать их для улучшения своих услуг и повышения эффективности.

Необходимость стратегического управления. Юридические фирмы сталкиваются с рядом сложных проблем, таких как управление рисками, управление знаниями и развитие бизнеса. Планирование предоставляет юридическим

фирмам структуру для решения этих проблем и разработки стратегий для достижения своих целей.

Цель данной работы — рассмотреть суть функции планирования в организациях юридического сервиса.

Методы исследования. Обзор литературы. Изучение существующих исследований и публикаций по теме функции планирования в организациях юридического сервиса. Качественные исследования. Проведение интервью и фокус-групп с руководителями, юристами и другим персоналом организаций юридического сервиса, чтобы протестировать их взгляды и опыт в отношении планирования.

Инструменты исследования. Опрос, интервью, наблюдение, анализ документов.

Планирование является критически важным аспектом управления организациями юридического сервиса. Оно обеспечивает основу для принятия обоснованных решений, координации усилий и достижения поставленных целей.

Ключевые функции планирования.

Определение миссии и целей. Определение общей цели организации и конкретных целей, которые она стремится достичь.

Оценка окружающей среды. Анализ внешних и внутренних факторов, которые могут повлиять на организацию, таких как рыночные тенденции, конкуренция и нормативные требования.

Разработка стратегии. Создание плана действий для достижения целей организации. Стратегия должна учитывать сильные и слабые стороны организации, а также возможности и угрозы, выявленные в ходе оценки окружающей среды.

Установление приоритетов и распределение ресурсов. Определение наиболее важных задач и выделение ресурсов для их реализации.

Разработка бюджета. Создание финансового плана, который обеспечивает достаточное финансирование для реализации стратегии.

Мониторинг и оценка. Регулярное отслеживание прогресса и корректировка планов по мере необходимости.

Преимущества планирования в организациях юридического сервиса.

Улучшение принятия решений. Планирование предоставляет руководителям информацию и структуру для принятия обоснованных решений.

Повышение эффективности. Четкие планы помогают координировать усилия и устранять дублирование.

Достижение целей. Планирование обеспечивает четкое направление и помогает организации сосредоточиться на достижении своих целей.

Управление рисками. Планирование позволяет организациям выявлять и смягчать потенциальные риски, которые могут повлиять на их деятельность.

Повышение гибкости. Планирование помогает организациям адаптироваться к изменяющимся условиям и быстро реагировать на новые возможности.

Типы планов в организациях юридического сервиса.

Стратегические планы. Долгосрочные планы, которые определяют общую цель и направление организации.

Операционные планы. Краткосрочные планы, которые описывают ежедневную деятельность и процедуры.

Финансовые планы. Планы, которые определяют финансовые цели и стратегии организации.

Планы развития бизнеса. Планы, которые описывают стратегии по привлечению новых клиентов и расширению деятельности.

Эффективное планирование в организациях юридического сервиса требует участия всех заинтересованных сторон, включая руководителей, юристов, административный персонал и клиентов. Оно должно быть гибким и регулярно пересматриваться, чтобы соответствовать меняющимся потребностям организации.

Исследования функции планирования в организациях юридического сервиса способны улучшить наше понимание того, как юридические фирмы могут использовать планирование для достижения своих целей; приведут к разработке новых инструментов, методов и передового опыта, помогут юридическим фирмам еще больше улучшить свое планирование и достичь своих целей.

Список литературы

1. Заремба, П. А. Юридический менеджмент : учебное пособие / П. А. Заремба, С. И. Охременко, Е. Н. Перебейнос; ГБОУ ВО «Донбасская юридическая академия». — Донецк : ГБОУ ВО «ДЮА», 2021. — 209 с. — URL: <https://cloud.mail.ru/publik/EC7K/1hmBHeWpz>.
2. Базавлуцкая, Л. М. Управление карьерой : учебное пособие / Л. М. Базавлуцкая, Е. А. Гнатышина, Ю. В. Лысенко. — Челябинск: Изд-во ЗАО «Библиотека А. Миллера», 2019. — 81 с. — URL: <https://cloud.mail.ru/publik/EC7K/1hmBHeWpz>.
3. Айдаркина, Е. Е. Теория и практика управления : учебное пособие / Е. Е. Айдаркина; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020.
4. Трофимов, В. В. Управление проектами : учебное пособие / В. В. Трофимов. — 2-е изд. испр. и доп. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2019. — 174 с. — URL: <https://cloud.mail.ru/publik/EC7K/1hmBHeWpz>.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СРЕДНЕМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

А. А. Горошко

Научный руководитель: Т. Ю. Ширяева, *канд. экон. наук, доцент*
Новосибирский государственный педагогический университет (НГПУ),
г. Новосибирск, Россия
nasya.goroshko.00@mail.ru

В статье рассматривается проблема использования информационных технологий в среднем профессиональном образовании. Выявлены критерии и показатели для оценки конкурентных преимуществ профессиональных образовательных учреждений.

Ключевые слова: информатизация образования, информационно-коммуникационные технологии, конкурентные преимущества.

Постановка проблемы. В настоящее время качественное образование является одной из ключевых составляющих человеческой деятельности, которая тесно связана со всеми другими областями общественной жизни и оказывает существенное влияние на них. Цифровизация и информатизация образовательного процесса затронула в том числе и сферу профессионального образования и направлена на развитие производственных сил и, как следствие, на развитие экономики в целом [1].

Информатизация общества приводит к информатизации образования, как его важной составляющей. Информатизация образования составляет неотъемлемую часть процесса информатизации общества, обеспечивая сферу образования теорией и практикой использования современных информационных технологий, ориентированных на повышение эффективности образовательного процесса.

Под информатизацией образования понимается «целенаправленно-организованный процесс обеспечения сферы образования теорией, технологией и практикой создания и оптимального использования научно-педагогических, учебно-методических, программно-технологических разработок, ориентированных на реализацию дидактических возможностей информационных и коммуникационных технологий, применяемых в комфортных и здоровьесберегающих условиях» [2, с. 40].

Исходя из вышепредставленного определения, мы понимаем, что основным средством информатизации образования являются информационно-образовательные технологии.

В сфере образования информационные технологии использовались всегда, а в настоящее время складывается многоуровневая система представления информации на различных носителях, в которой тесно взаимодействуют традиционные и новые информационные технологии. Применение новых информационных технологий в процессе обучения рассматривается в работах отечественных авторов (С. А. Бешенков, А. И. Бочкин, И. В. Роберт и др.).

Таким образом, определяем, что информационно-образовательные технологии — это совокупность информационно-компьютерных средств и способов, которые используются в качестве основных в образовательных технологиях и способствуют достижению планируемых целей при получении образования.

Методология исследования. Опираясь на данные теоретические выводы, спланировали и провели эмпирическое исследование. Эмпирическое исследование проводилось на базе ГБПОУ НСО «Новосибирский авиационный технический колледж им. Б. С. Галушцака».

Нами были проанализированы информационные технологии, которые применяются в данном профессиональном учреждении. У каждой образовательной организации есть действующий сайт в открытом доступе, в нашем случае сайт удобный, минималистичный, логично выстроенный. Важно отметить, что зарегистрированные пользователи имеют доступ к обширной электронной библиотеке, в том числе к вузовским библиотекам (например, НГТУ — Новосибирский государственный технический университет), что, в свою очередь, дает обучающимся возможность бесплатно расширять свои знания путем изучения научной литературы. В мультимедийных кабинетах за последние 5 лет увеличилось количество оборудования, которое активно используется при обучении студентов. На сегодняшний день практические занятия, а также учебная практика организуются в 19 лабораториях и 9 мастерских колледжа, оснащенных современным оборудованием и инструментом. Имеющийся опыт и новое оборудование, приобретенное в рамках проекта развития материально-технической базы, позволяет расширить спектр взаимодействия в направлении аддитивных технологий, создания прототипов, отработки профессиональных навыков при ремонте и обслуживании промышленного оборудования, эксплуатации беспилотных авиационных систем, организации и внедрения технопредпринимательства в школах и лицеях.

Нами были изучены образовательные платформы для создания электронных курсов, которые позволяют более эффективно организовать учебный процесс преподавателю, а студенту активно в нем участвовать.

В рамках исследования нами была поставлена цель — выявить факторы, которые влияют на конкурентные преимущества профессионального образования в Новосибирской области.

Участниками эмпирического исследования являются: абитуриенты, которые выбирают себе учреждение для получения образования, и эксперты, которые проводят мониторинг среди учреждений среднего профессионального образования (далее — СПО).

Исследование включало в себя три этапа.

На первом этапе исследования мы составили анкету для выявления ключевых потребностей при выборе подготовительных курсов для поступления в профессиональное учреждение и провели опрос среди абитуриентов колледжей Новосибирской области. Обработка результатов позволила сформулировать следующие выводы: для абитуриентов самым главным фактором является квалифицированный педагогический состав (33 %), далее было отмечено соотношение цены и качества предоставляемых знаний (22 %), а также абитуриенты

убеждены, что целесообразнее посещать подготовительные курсы на базе того учреждения, где они в дальнейшем хотели бы обучаться (19 %).

В рамках опроса абитуриентов нами были выделены сильные и слабые стороны образовательных ресурсов, которые на данный момент уже посещают обучающиеся школ (таблица).

Данные о преимуществах и недостатках образовательных курсов

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Содержание заданий, приближенных к ОГЭ (24 %)	1. Большая наполняемость групп (27 %)
2. Преподавательский состав (23 %)	2. Неподходящее время проведения занятий (13 %)
3. Небольшая наполняемость группы для обучения (15 %)	3. Недостаточное количество времени для решений тестовых заданий ОГЭ (12 %)
4. Контроль успеваемости обучающихся (12 %)	

Исходя из вышепредставленных результатов, для абитуриентов важными критериями являются: подбор заданий для подготовки, которые приближены к общему государственному экзамену; квалифицированный преподавательский состав, который передает знания, используя креативные формы взаимодействия; небольшая наполненность групп для эффективного взаимодействия.

При выборе специальности большинство абитуриентов ориентируется на личные предпочтения и интересы, а также важными факторами являются востребованность и престиж профессии, уровень заработной платы.

На втором этапе исследования нами было проведено интервью с экспертами, которые проводят мониторинг среди СПО. Путем обработки результатов мнений каждого эксперта нами были выделены 10 критериев привлекательности образовательных услуг и 10 показателей для оценки конкурентных преимуществ среди колледжей Новосибирской области.

Критерии для оценки привлекательности рынка образовательных услуг.

1. Количество специальностей.
2. Эффективность обучения.
3. Уровень концентрации конкуренции.
4. Барьеры для новых специальностей.
5. Количество обучающихся в колледже в целом.
6. Рейтинг колледжа.
7. Наличие бюджетных мест.
8. Уровень посещаемости.
9. Потенциал перспектив развития колледжа.
10. Международные связи колледжа.

Показатели факторов для оценки конкурентных преимуществ

1. Известный бренд колледжа.
2. Качество образования.
3. Предпочтения потребителей (вкус и мода).

4. Опыт работы колледжа на рынке.
5. Возможность стажировки за границей.
6. Связи с государственными структурами.
7. Низкий проходной балл.
8. Возможность заниматься научной работой.
9. Реклама.
10. Возможность достичь признания, уважения.

Далее путем ранжирования экспертами важности критериев привлекательности и показателей преимуществ были рассчитаны средние значения и получены результаты. Ключевыми критериями привлекательности образовательных услуг для потенциальных обучающихся являются: количество выбора специальностей, эффективность обучения и уровень конкуренции на место. Ключевыми показателями конкурентных преимуществ выделены: известное имя колледжа, качество образования и низкий проходной балл ОГЭ.

В дальнейшем нами запланировано предоставить экспертам перечень факторов привлекательности и показателей факторов для оценки конкурентных преимуществ, которые были сформулированы ранее, а также предложить респондентам оценить важность (вес) факторов и показателей для выбранных колледжей, которые располагаются на территории Новосибирской области.

Заключение. Нами рассмотрена проблема применения информационных технологий при обучении в среднем профессиональном учреждении. В рамках развития современного общества информационные технологии являются неотъемлемой частью образовательного процесса. На основе теоретических источников сформулировано понятие «информационно-образовательные технологии» и выделены ключевые критерии для оценки образовательных услуг для абитуриентов и показатели конкурентных преимуществ при выборе колледжа.

Список литературы

1. Роберт И. В. Распределенное изучение информационных и коммуникационных технологий в общеобразовательных предметах // Информатика и образование. — 2016. — № 5. — С. 12–16.
2. Информатизация образования: толковый словарь понятийного аппарата / сост. И. В. Роберт, В. А. Кастиорнова. — Москва : Изд-во АЭО, 2023. — 182 с.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ПРИ ПОДБОРЕ И АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Н. П. Елаева, *обучающийся*, О. И. Лихтанская, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
o.lihtanskaya@gmail.com

В статье рассмотрены современные технологии, позволяющие выстроить качественный коммуникационный процесс на этапе подбора и адаптации новых сотрудников, используя возможности искусственного интеллекта. На конкретных примерах использования подобных решений при подборе персонала доказана эффективность данного метода.

Ключевые слова: коммуникационный процесс, подбор персонала, искусственный интеллект.

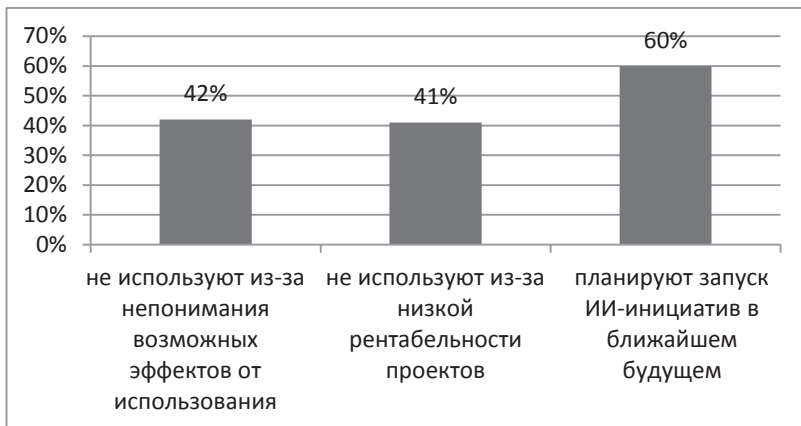
Актуальность. Согласно исследованию Hrbazaar, основные проблемы, с которыми сталкиваются специалисты по управлению персоналом, возникают у них на этапе поиска новых сотрудников. Так считают более 50 % опрошенных. При этом 53 % из них считают, что сложности возникают из-за того, что соискатели не читают описание вакансии и отправляют резюме, не соответствующие требованиям. Поэтому у HR-менеджеров масса времени уходит на отбор претендентов. Решение этой проблемы многие видят в применении искусственного интеллекта при подборе кандидатов [1].

Для выстраивания эффективной системы управления человеческими ресурсами необходимо разработать научно обоснованные критерии отбора претендентов на вакантные должности, учитывающие специфику занимаемой позиции, требуемую квалификацию кандидата и его личностные качества.

Согласно исследованию, проведенному TAdviser (аналитический центр) совместно с компанией Ростелеком, только на конец 2020 года более 80 % крупных российских компаний реализовывали или внедряли в качестве пилотных проектов различные инициативы на базе искусственного интеллекта. При этом необходимо учесть, что в ходе исследования было опрошено 100 компаний из 10 отраслей экономики [2].

В течение последних двух лет российский рынок искусственного интеллекта претерпел значительные изменения, став более зрелым и привлекательным для крупного бизнеса и государственных структур. Технологический прогресс и успешные проекты в области ИИ от крупнейших компаний-лидеров (Сбербанк, ВТБ, X5 Group, Магнит, Газпромнефть и другие) способствовали популяризации решений в этой сфере. Эти организации являются крупнейшими игроками на рынке ИТ и обладают высокопроизводительной инфраструктурой, что позволяет им успешно запускать сложные проекты по применению искусственного интеллекта.

Отношение компаний, не использующих решения на базе искусственного интеллекта, представлено на рисунке.



Отношение компаний, не использующих решения на базе искусственного интеллекта, к возможности использования

В качестве примера можно привести Burger King, который внедрил голосового робота для обзвона кандидатов с перечнем вопросов согласно составленному скрипту. Если кандидат подходит компании, робот передает его резюме и текстовую запись беседы рекрутеру. После запуска системы количество нерелевантных заявок снизилось с 30 % до 0. Использование бота при первичном собеседовании с кандидатом оказалось в 5 раз дешевле, чем оплата труда HR-менеджера.

Рынок на сегодняшний день предоставляет готовые платформы для оптимизации процесса подбора персонала. Например, с помощью платформы Sever. AI можно оценить резюме, провести телефонное интервью и проанализировать видеointerview. Обработка одной анкеты с помощью искусственного интеллекта составляет 5 секунд. Специалист на эти же процедуры тратит как минимум 1 час.

Платформа VCV способна дать ответ на каждый отклик, провести тестирование с защитой от списывания или видеointerview. По итогу экономия времени составляет 40 %, а число собеседований увеличивается в 4 раза.

Ценными качествами искусственного интеллекта в качестве рекрутера являются объективность и способность делать прогнозы. Например, использование искусственного интеллекта при подборе специалистов в ВТБ банк позволило не только выбрать лучших специалистов, но и заранее предсказать их будущую эффективность для компании. При этом время на подбор персонала сократилось в два раза.

Еще одним преимуществом использования таких «умных» платформ является то, что они способны осуществлять самостоятельный поиск сотрудников по нескольким базам данных. Например, CleverStuff использует 15 источников, из которых формирует подборку перспективных кандидатов.

Согласно исследованию Hrbazaar, второй по сложности после подбора персонала является задача его адаптации в организации. Такого мнения придерживаются 34 % опрошенных HR-менеджеров [1].

Для успешной адаптации новых сотрудников также могут быть полезны виртуальные ассистенты. Например, компания «Маревен Фуд Сентрал» использует для этой цели автоматизированную систему адаптации с помощью чат-бота в мессенджерах Telegram и WhatsApp.

Получая номер телефона, бот выбирает один из девяти сценариев общения на основе резюме сотрудника. Виртуальный ассистент очень дружелюбен, обладает чувством юмора и выполняет роль наставника, рассказывая новичку все о компании, начиная с истории компании до расположения отдельных подразделений.

По завершении испытательного срока система самостоятельно проводит опрос о том, насколько оправдались ожидания новых сотрудников, было ли им комфортно в первые месяцы работы. Полученные данные помогают совершенствовать процесс адаптации и сделать его более эффективным.

Таким образом, боты и «умные» платформы для интерактивной коммуникации работодателя и кандидата на сегодняшний день представляются одной из самых перспективных инновационных технологий оптимизации массового рекрутинга. Инновационным подходом в рекрутинге является также использование искусственного интеллекта и нейросетей, которые выполняют функцию аналитики и отбора по заданным критериям.

Список литературы

1. Hrbazaar: исследование по подбору персонала за 2020 год [Электронный ресурс]. — URL: <https://hrbazaar.ru/articles/hrbazaar-issledovanie-po-podboru-personala-za-2020-god/> (дата обращения: 15.02.2024).
2. Аналитический центр TAdviser [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.tadviser.ru/index.php> (дата обращения: 15.02.2024).

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ В КАЧЕСТВЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

О. А. Зубенко, *обучающийся*, О. И. Лихтанская, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
o.lihtanskaya@gmail.com

В статье рассмотрены современные технологии, позволяющие выстроить качественный коммуникационный процесс в образовательной сфере, позволяющий обучающемуся не только воспринимать информацию, но и влиять как на саму коммуникативную среду, так и на собственное сознание, используя рефлексивные методики.

Ключевые слова: коммуникация, коммуникативные технологии, современные технологии в образовании, образование, виртуальная реальность.

Проблема. За последние годы произошло много знаковых событий, таких как ухудшение эпидемиологической обстановки, вызванной распространением коронавирусной инфекцией COVID-19, проведение специальной военной операции, изменение геополитической ситуации в стране, наложение санкций. Все это коренным образом повлияло на развитие коммуникаций между преподавателем и обучающимся. Таким образом, на сегодняшний день главной задачей университетов является возможность предоставления качественной образовательной услуги невзирая на происходящие мировые изменения.

Актуальность. Обеспечение образовательного процесса в кризисных ситуациях возможно благодаря современным технологиям, а именно: информационно-коммуникационным и виртуальным. Данные технологии новы, но имеют востребованность у университетов в настоящее время.

Для выстраивания эффективного процесса обучения необходимо учесть, что существует четыре уровня интерактивности взаимодействия между субъектами процесса обучения (рис. 1). Следовательно, для качественного коммуникационного процесса в организации необходимо создать коммуникативные и рефлексивные условия в организации, позволяющие студенту не только воспринимать информацию, но и влиять как на саму коммуникативную среду, так и на собственное сознание, используя рефлексивные методики.

Для выстраивания коммуникативной среды университеты в настоящее время использует следующие современные технологии:

- 1) социальные сети и мессенджеры (ВКонтакте, Telegram, Viber, WhatsApp);
- 2) системы веб-конференций (BigBlueButton, Zoom, Skype и др.);
- 3) корпоративную электронную почту;
- 4) специальные программные комплексы для поддержки учебного процесса (SDO, Eduson и др.);
- 5) официальный сайт.

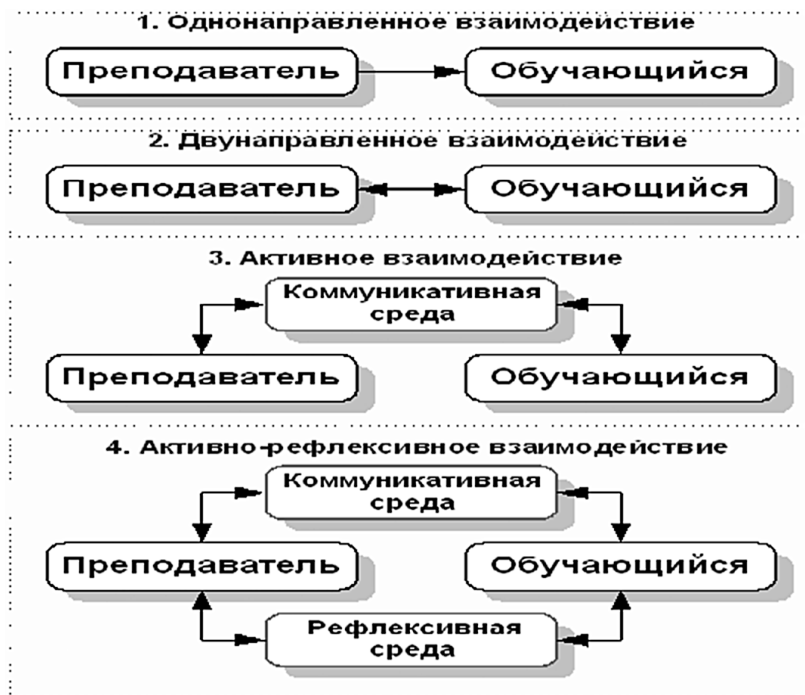


Рис. 1. Уровни взаимодействия субъектов образовательного процесса [1]

Но несмотря на их кажущуюся современность, в настоящее время они имеют обыденный характер.

Значительно больший интерес университеты и обучающиеся обращают на технологии, представленные на рис. 2.

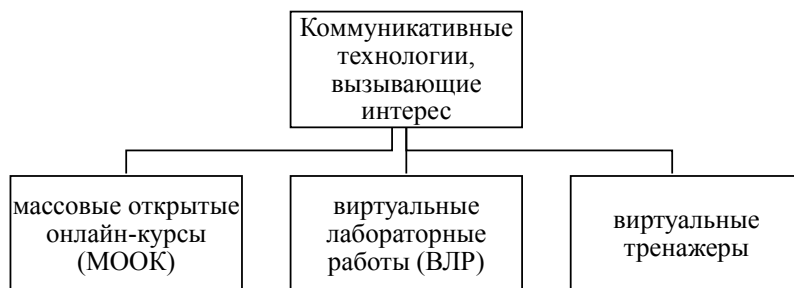


Рис. 2. Коммуникативные технологии, вызывающие интерес как университетов, так и обучающихся

Массовые открытые онлайн-курсы (MOOK) — это альтернатива формальному образованию, новая форма обучения на краткосрочных курсах, тренингах, мастер-классах, семинарах. По завершении обучения выдается сертификат. Основными принципами являются: индивидуальное обучение с учетом потребностей, связь с практикой, гибкие программы, расписание и выбор места проведения, добровольность. Составляющие MOOK представлены на рис. 3.

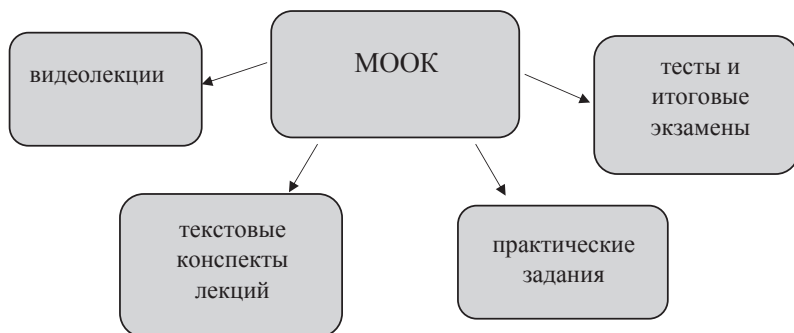


Рис. 3. Составляющие MOOK

Вузы России заключают сетевые договоры по предоставлению ресурсов, включающие в себя изучение дисциплин с помощью онлайн-курсов, что позволяет преподавателям выстраивать коммуникации не только с обучающимися вуза, в котором он работает, но и с обучающимися других вузов.

Различают две модели смешанного обучения «+MOOK», которые могут применяться в учебном процессе (рис. 4).

Модель 1	Модель 2
<ul style="list-style-type: none"> частичная замена аудиторных занятий (преимущественно лекций), а также частичный перезачет отдельных тем MOOK с (или без) применения технологии «перевернутый класс» 	<ul style="list-style-type: none"> использование MOOK с частичным сохранением лекций, практических и семинарских занятий, а также использование результатов обучения на MOOK для текущей аттестации и итогового контроля по дисциплине

Рис. 4. Модели смешанного обучения «+MOOK», которые могут применяться в учебном процессе [2]

Использование MOOK имеет определенные преимущества и недостатки (таблица).

Преимущества и недостатки использования MOOK

ПРЕИМУЩЕСТВА	НЕДОСТАТКИ
возможность разнообразить и улучшить учебный процесс	отсутствие личной коммуникации между преподавателем и обучающимся
доступность и мобильность обучения	необходимость финансовых затрат для получения сертификата
возможность получить новые знания и навыки и совершенствование уже полученных	риск возникновения перебоев в связи и выявления ошибочной работы систем и сервисов
реализация профессиональных и личных целей преподавателя	ресурсозатратность на разработку (финансовая, техническая, временная и трудоемкая)
повышение квалификации преподавателя с помощью инновационного метода обучения	

Однако полноценное включение MOOK в образовательный процесс представляется бюрократически сложным действием, так как для этого требуется выпуск локального нормативного акта об учёте онлайн-курсов как самостоятельной образовательной дисциплины [3].

Виртуальные лабораторные работы (ВЛР) позволяют обучающимся отрабатывать практические действия в удалённом формате или на объектах, которые недоступны в пределах вуза, что экономит время и финансовые затраты, а также исключает риск травмирования обучающегося при отработке сложной практики в бесплатной среде.

Виртуальные тренажеры включают в себя панорамные фотографии с интерактивностью, 3D-модели, видеоролики и возможность ведения электронного дневника. Разработчиками тренажера собраны все материалы с реальных мест проведения практики.

Данные технологии позволяют создавать как реальные, так и вымышленные сценарии с учетом свойств и особенностей поведения объектов, что открывает широкие возможности их применения в сфере образования [3]. Все, что не может быть создано в реальном мире по техническим, экономическим или физическим причинам, может быть создано в виртуальном мире [4].

Средства виртуальной реальности позволяют лучше воспринимать и понимать окружающую действительность за счет погружения обучающегося в заданную событийную среду без внешних раздражителей, что позволяет усваивать лучше материал. Сам процесс является увлекательным и понятным в игровой форме, что вызывает внимание и интерес у обучающихся.

Но несмотря на описанные ранее преимущества виртуальной реальности, следует учитывать следующие отрицательные факторы:

- 1) дороговизна оборудования и разработки программ;
- 2) не все материалы возможно эффективно перенести в виртуальную реальность;

3) возможное ухудшение самочувствия обучающегося (дезориентация, головокружение, тошнота);

4) необходимость внесения изменений в образовательные программы на государственном уровне.

НИУ ВШЭ, РГУ МИРЭА, МПУ, УГАТУ, СПБПУ уже имеют в образовательном портфеле основные профессиональные образовательные программы по направлениям подготовки (бакалавриат), связанным с виртуальной реальностью, что позволяет изучить опыт и перенять практику другим университетам [5].

Таким образом, современные технологии являются отличными помощниками для выстраивания коммуникаций в образовательном процессе, имеют множество преимуществ, но стоит отметить, что полностью перемещать образовательный процесс в удаленный режим при помощи информационных и виртуальных технологий не стоит, так как «живое» общение между преподавателем и обучающимся ни одна система и технология не заменит и существует риск появления недостаточно компетентных и асоциальных специалистов.

Список литературы

1. Мельникова, Н. И. Концептуальная модель организации учебного процесса в системе открытого образования в структуре интегрированного университета: учебно-методическое пособие / Н. И. Мельникова; Саратовский государственный технический университет им. Ю. А. Гагарина. — Саратов : Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского, 2003. — 20 с.
2. Патрунина, К. А. Применение MOOK в учебном процессе высших учебных заведений // СЭП. — 2021. — № 1. — С. 45
3. Полева, И. И. Технологии виртуальной и дополненной реальности в образовательном процессе / И. И. Полева [и др.] // Вестник Университета гражданской защиты МЧС Беларуси. — 2022. — № 1. — С. 126.
4. Климович Р. Р., Шкваркова Ю. О., Чернова С. В. Внедрение технологии виртуальной реальности в образование // Скиф. — 2019. — № 8 (36). — С. 31.
5. Дзен [Электронный ресурс]. — URL: <https://zen.ru/a/Y0uh6LfQM3QbOknw?experiment=942752>.

СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ПРАКТИКЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

Е. А. Кравченко, *обучающийся*,
Г. И. Фролова, *канд. экон. наук, доцент*
Азовский государственный педагогический университет (АГПУ),
г. Бердянск, Россия
gifrolova60@mail.ru

В данной работе рассмотрены возможности эффективного использования ситуационного подхода к организационным исследованиям и управлению организацией. Аргументирована необходимость проведения ситуационного анализа и предложены задачи каждого его этапа.

Ключевые слова: ситуационный подход, ситуационный анализ, управленческое исследование, диагностика деятельности предприятия.

Исследование практики возникновения деловых ситуаций тесно связано со стратегическим подходом в управлении предприятиями. Предъявляемые требования к стратегическому управлению заключаются в том, чтобы принимаемые решения были серьезно обоснованы и учитывали перспективы стратегического развития предприятия. Поэтому менеджеры должны рационализировать учет, внедрять различные виды планирования, предварительно рассчитывать финансовые последствия тех бизнес-процессов, которые осуществляются на предприятии. Решения, касающиеся всех сторон деятельности предприятия, должны содержать мероприятия, направленные на перестройку, улучшение, изменение существующей ситуации.

Разнообразие концепций и тенденций развития теоретической управленческой мысли требует выявления тех сфер в организационных исследованиях, в которых можно будет опеределиить пути формирования исследовательских задач и их ситуационного описания.

В работе ставится проблема проведения анализа возможностей эффективного использования ситуационного подхода к организационным исследованиям и управления организацией в целом.

Целью статьи является исследование возможностей и аргументация необходимости использования ситуационного анализа в управленческой практике предприятий.

Методологической основой исследования является диалектический метод и ситуационный подход.

В основу ситуационного подхода положен ситуационный анализ.

Технологии ситуационного анализа позволяют не ограничиваться принятием управленческих решений в конкретной управленческой ситуации. Они позволяют более обоснованно принимать долговременные управленческие решения, вплоть до корректировки стратегических целей организации, основываясь на более глубоком анализе ситуаций, установлении тенденций, закономерностей и факторов, определяющих их развитие [1].

Ситуационный анализ полностью совпадает или является частью управленческого исследования как научного и методологического процесса определения соответствия деятельности предприятия стратегическим целям и изменениям в его окружении, адекватности организационной структуры, определении слабых мест и возможных преимуществ, а также уровня достижения стратегических целей.

Три фактора, по мнению коллектива авторов [2], влияют на выбор точки любого ситуационного анализа: вероятные требования, обусловленные особенностями самой проблемы; отношение данной аналитической работы к тем, которые проводились ранее, проводятся на сегодня или будут заказаны в будущем; персональный состав участников работы.

Управленческое исследование представляет собой диагностику деятельности предприятия. Поэтому возникает интерес к диагностическим управленческим системам в целом как в теоретическом, так и в практическом разрезе.

Необходимостью проведения анализа ситуации могут быть предложенные нами задачи каждого его этапа.

1 этап. Предварительный анализ ситуации и составление плана аналитической работы. Определение объекта анализа освобождает аналитика от лишних затрат времени на сбор информации, ориентирует его внимание на содержание вопроса и направляет непосредственно на дальнейшую аналитическую работу. Планирование будущего анализа ситуации должно ориентироваться на такие задачи: определение типа ситуационного анализа; выбор начальной точки работы; установление логической последовательности отдельных этапов анализа; определение ограничений; расчет финансовых затрат и времени на каждый этап исследования; разработка программы действий.

2 этап. Выбор методов анализа и создание информационной базы исследования. Сбор фактического материала для ситуационного анализа. Исходя из способов получения информации, он может проводиться из: личных наблюдений и экспериментов, изучения информации о материалах, напечатанных по данному вопросу, использования интервью или личного опроса заинтересованных лиц, использования анкетирования. Эти методы могут быть комбинированными и дифференцированными в зависимости от стиля работы эксперта и вида анализируемой ситуации.

3 этап. Диагностика ситуации с использованием различных методов анализа: на основе опыта или бенчмаркинга; путем наблюдения, деловой беседы; путем анкетирования, экспертной оценки; проведение факторного анализа; с использованием внешнего аудита и консалтинга.

4 этап. Систематизация информации о ситуации и обобщение результатов. После сбора информации об изучаемой ситуации необходимо ее систематизировать, классифицировать, проверить и составить необходимые таблицы. Таблицы помогут связать анализ данных о ситуации и конечные выводы о состоянии исследуемого объекта.

5 этап. Оценка результативности анализа ситуации и подготовка отчета. Эта оценка содержит: обработку результатов анализа; разработку практических

рекомендаций по изменению ситуации; отчет о результатах анализа ситуации и предложенные решения.

Подведение итогов ситуационного анализа дел в конкретном бизнесе — важный этап процесса исследования, цель которого — найти решение поставленной задачи. Делая выводы, следует учитывать тот факт, что они разрабатываются при новых вариантах из уже известных фактов, поэтому надо использовать методы обобщения и аналогии. На завершающем этапе важно разработать обоснованный план решения проблемной ситуации, который должен быть структурирован по следующим критериям: на что следует обратить внимание; в чем были ошибки деятельности (конкретной сферы анализа); что нужно сделать; каких результатов следует ожидать.

Таким образом, методика ситуационного анализа должна быть основана на методологии ситуационных теорий, проект-менеджмента, экономического анализа с обязательным использованием человеческого фактора, т. е. принципов современного менеджмента. Декомпозиция процесса диагностики ситуаций позволит выявить слабые места в управлении деятельностью при осуществлении структурных преобразований для создания результативной и адекватной рыночно-ориентированной системы на предприятиях.

На основе методологии ситуационного подхода обоснована необходимость проведения ситуационного анализа управленческой практики предприятия относительно стратегического обеспечения в условиях неопределенности и проблемных ситуаций по классическим методикам. Разработана методика ситуационного анализа, по которой определена декомпозиция процесса диагностики ситуаций, которая может быть адаптирована к практической деятельности предприятий.

Список литературы

1. Гончарова, Е. В. Роль системного подхода и ситуационного анализа в процессе принятия управленческих решений / Е. В. Гончарова, А. А. Божескова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2017. — Т. 39. — С. 252–256 [Электронный ресурс]. — URL: <http://e-koncept.ru/2017/971177.htm> (дата обращения: 17.02.2024).
2. Попов, В. М. Ситуационный анализ бизнеса и практика принятия решений : учебное пособие для вузов / В. М. Попов, [и др.]. — Москва : КноРус, 2001. — 384 с [Электронный ресурс]. — URL: <https://uchebana5.ru/cont/1542675.html> (дата обращения: 17.02.2024).

КАДРОВЫЙ АУДИТ В ПАРАДИГМЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И ESG-ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА

С. Е. Кулешова, *обучающийся*,
А. А. Анникова (преподаватель), Н. Д. Евтягина, *преподаватель*
Красноярский кооперативный техникум экономики, коммерции и права
(ККТЭКиП),
г. Красноярск, Россия
malahovaanna@mail.ru

В статье рассмотрены ключевые трудовые показатели, являющиеся объектом кадрового аудита. Обозначено, какие трудовые показатели следует учитывать при проведении ESG-оценки компании. Показано, как введение данных показателей в кадровый аудит способствует повышению рейтинга компании.

Ключевые слова: кадровый аудит, трудовые показатели, ESG-трансформация.

На сегодняшний день проведение кадрового аудита является распространенной практикой хозяйствующих субъектов, поскольку позволяет выявлять наиболее значимые области управления персоналом, способствующие повышению производительности труда и эффективности использования трудовых ресурсов. Следует отметить, что для современных предприятий важным являются такие направления развития менеджмента, как цифровизация бизнес-процессов, а также ESG-трансформация, способствующая достижению сбалансированного устойчивого развития [1–3].

Целью данной статьи является исследование возможности включения трудовых показателей на основе стандартов ESG в модель кадрового аудита и контроллинга современной организации.

Необходимо подчеркнуть, что концепция ESG основана на исследовании ряда показателей по группам: экологической (E), социальной (S) и управленческой (G) составляющих (рис. 1) [3, 5].



Рис. 1. Содержание ESG-повестки для современных организаций

В основу рейтинговой шкалы ESG входят три критерия:

- экологический критерий;
- социальный критерий;
- критерий корпоративного управления.

В соответствии с экологическим критерием необходимо соблюдать такие принципы, как использование экологически безопасных материалов, сокращение потребляемых ресурсов (вода, топливо), минимизация воздействия на природу (водную среду, атмосферу). В соответствии с социальным критерием необходимо соблюдать общественные принципы, такие как забота о сотрудниках, обучение и развитие персонала, удовлетворение интересов потребителей. В соответствии с критерием корпоративного управления также необходимо соблюдать ряд принципов, связанных с грамотным и ответственным менеджментом: эффективная деятельность руководителей высшего звена, наличие стратегии развития компании, прозрачность управления.

Особенностью отечественного ESG-рейтингования является то, что единой общепринятой методологии на сегодняшний день не выработано, существуют различные подходы авторитетных рейтинговых агентств, которые присваивают ESG-рейтинги как отдельным хозяйствующим субъектам, так и регионам. Это такие агентства, как «Эксперт РА», Национальное рейтинговое агентство (НРА), Агентство стратегических инициатив и другие [1, 3, 4].

Ключевая модель кадрового контроллинга, положенная в основу проведения кадрового аудита, представлена на рис. 2.

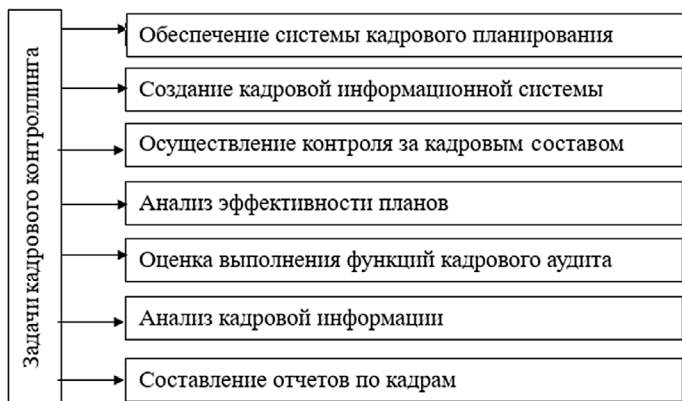


Рис. 2. Модель кадрового контроллинга для проведения кадрового аудита

Рассмотрим трудовые показатели, которыми следует дополнить модель кадрового аудита. Так, в методике НРА для оценки ESG рекомендуется включить следующий набор трудовых показателей по разделу S (рис. 3 и рис. 4).

S1.1 СОЦИАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ И РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ ПРИСУТСТВИЯ	
Критерии	Оценка
Компания регулярно реализует / участвует в проектах, которые могут быть отнесены к социальным в регионах присутствия	1
Компания реализует или участвует в единичных проектах, которые могут быть отнесены к социальным в регионах присутствия	0,5
Проекты отсутствуют	0
S1.2 БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ	
Критерии	Оценка
В компании есть комплексная программа благотворительности и волонтерское движение и информация о расходах на благотворительность в открытом доступе. При этом динамика расходов на благотворительность положительная.	1
Компания реализует отдельные/разовые благотворительные проекты	0,5
Компания не ведет благотворительную деятельность	0
S1.3 КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО	
Критерии	Оценка
В компании реализована комплексная программа корпоративного волонтерства	1
В компании частично реализовано корпоративное волонтерство (участие в разовых акциях, мероприятиях)	0,5
Корпоративное волонтерство не предусмотрено	0
S2.1 УЧЕТ И ПОКАЗАТЕЛИ МЕЛКОГО ТРАВМАТИЗМА	
Критерии	Оценка
В компании ведется журнал учета микропереждений (микротравм), полученных при оказании услуг. Количество случаев мелкого травматизма имеет существенную тенденцию к снижению на протяжении последних трех лет. Компания предпринимает профилактические меры по снижению мелкого травматизма или случаи травматизма не зафиксированы.	1
В компании нерегулярно ведется журнал учета микропереждений (микротравм), полученных при оказании услуг. Количество случаев мелкого травматизма имеет не существенный характер, и не связан с недостатками в оборудовании рабочих мест. Компания предпринимает меры по снижению мелкого травматизма.	0,5
Журнал и учета микропереждений (микротравм) не ведется или фиксируются отдельные обращения время от времени. Количество случаев мелкого травматизма растет или компания не раскрывает данные о мелком травматизме.	0
S2.2 СРЕДНЯЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА	
Критерии	Оценка
Средняя зарплата в компании (за исключением топ-менеджмента) выше средней по отрасли/региону ²⁰	1
Средняя зарплата в компании (за исключением топ-менеджмента) находится на уровне среднем по отрасли/региону	0,5
Средняя зарплата (за исключением топ-менеджмента) ниже среднеотраслевой / среднерегионального уровня	0
S2.3 НАЛИЧИЕ ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА / ОБУЧЕНИЯ СОТРУДНИКОВ	
Критерии	Оценка
В компании есть программы обучения/повышения квалификации/дополнительного образования для сотрудников и/или программы субсидирования обучения в профессиональных учебных заведениях	1
Программы по обучению персонала ограничены стандартными квалификационными курсами / тренингами	0,5
Программы отсутствуют	0
S2.4 КОЭФФИЦИЕНТ ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ	
Критерии	Оценка
Коэффициент текучести кадров ниже, чем в среднем по отрасли, или (при отсутствии среднего по отрасли) показатель демонстрирует тенденцию к снижению в течение последних 3 лет	1
Коэффициент текучести кадров на среднеотраслевом уровне, или (при отсутствии среднего по отрасли) в течение последних 3 лет динамика показателя разнонаправлена в течение последних 3 лет	0,5
Коэффициент текучести кадров выше, чем в среднем по отрасли или (при отсутствии среднего по отрасли) в течение последних 3 лет показатель демонстрирует тенденцию к росту	0
S2.5 НАЛИЧИЕ ПРОГРАММ ПОДДЕРЖКИ / МАТЕРИАЛЬНОЙ ПОМОЩИ	
Критерии	Оценка
Есть программы поддержки / материальной помощи для сотрудников/семей сотрудников	1
Дополнительных социальных выплат/выгод на ипотечные взносы для сотрудников	0
S2.6 НАЛИЧИЕ ПРОГРАММ ДОВОЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ (ДМС) И ДРУГИХ ФОРМ МЕДИЦИНСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ДЛЯ РАБОТНИКОВ	
Критерии	Оценка
Есть комплексная программа ДМС и возможность добровольного медицинского страхования для членов семьи сотрудников на льготных корпоративных условиях или собственная медицинская инфраструктура	1
Стандартная программа ДМС более чем для 50% сотрудников	0,5
Нет программы ДМС или программа предназначена для 50% сотрудников и менее/ нет медицинского обслуживания	0
S2.7 НАЛИЧИЕ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОДДЕРЖКЕ СОТРУДНИКОВ В ОБЛАСТИ ЖИЛИЩНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ	
Критерии	Оценка
Компания реализует корпоративную программу жилищного обеспечения или предоставляет дополнительные выплаты/выгоды на ипотечные взносы для сотрудников	1
Программы корпоративного жилищного обеспечения или льготные условия ипотеки для сотрудников нет	0
S2.8 НАЛИЧИЕ КОРПОРАТИВНЫХ ПРОГРАММ ПЕНСИОННОГО СТРАХОВАНИЯ	
Критерии	Оценка
Есть корпоративная пенсионная программа для работников компании	1
Корпоративная пенсионная программа отсутствует	0

Рис. 3. Раздел S.2 методики ESG, включающий трудовые показатели

S3.1 НАЛИЧИЕ МЕХАНИЗМА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ И РЕШЕНИЯ ЭТИЧЕСКИХ ВОПРОСОВ	
Критерии	Оценка
Наличие механизмов и/или каналов реагирования и решения этических вопросов (нарушение прав человека, коррупция, нарушения трудового кодекса, кодекса корпоративной этики, конфликт интересов) для работников, клиентов, контрагентов компании	1
Наличие механизмов и/или каналов реагирования, но каналы не являются анонимными, или не определены механизмы дальнейшего решения этических вопросов	0,5
Механизмы и/или каналы реагирования отсутствуют	0
S3.2 ИНКЛЮЗИВНОСТЬ	
Критерии	Оценка
В компании существует программа по трудоустройству и прозрачная политика в отношении работников с ограниченными возможностями	1
В компании имеется прозрачная политика и/или программы в отношении работников с ограниченными возможностями	0,5
Программы / политики в отношении работников с ограниченными возможностями отсутствуют	0
S3.3 ГЕНДЕРНЫЙ БАЛАНС: ДОЛЯ ЖЕНЩИН НА РУКОВОДЯЩИХ ДОЛЖНОСТЯХ	
Критерии	Оценка
Женщины на руководящих должностях составляют $\geq 30\%$	1
Женщины на руководящих должностях составляют от 10 до 30%	0,5
Женщины на руководящих должностях составляют $< 10\%$	0
S3.4 ГЕНДЕРНЫЙ БАЛАНС: СООТНОШЕНИЕ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН ПО КАТЕГОРИЯМ СОТРУДНИКОВ	
Критерии	Оценка
Компания публикует в открытом доступе подробную информацию о гендерном балансе (соотношение мужчин и женщин по категориям сотрудников, информацию о составе совета директоров и другие показатели) и разъяснение о гендерной динамике и политике	1
Компания публикует в открытом доступе ограниченную информацию о гендерном балансе и не публикует информацию о гендерной динамике и гендерной политике компании	0,5
Компания не публикует информацию о гендерном балансе и/или не имеет гендерной политики	0
S3.5 ВОЗРАСТНОЙ БАЛАНС: СООТНОШЕНИЕ СОТРУДНИКОВ РАЗНЫХ ВОЗРАСТОВ	
Критерии	Оценка
Компания публикует в открытом доступе подробную информацию о возрастном балансе и разъяснение о политике компании в части работы с молодыми специалистами, несовершеннолетними сотрудниками, сотрудниками пенсионного	1
Компания публикует в открытом доступе [Без заголовка] информацию о возрастном балансе и не публикует информацию о политике компании в части работы с сотрудниками разных возрастов.	0,5
Компания не публикует информацию о возрастном балансе. Имеются случаи дискриминации при приеме на работу по возрасту.	0
S3.6 ТРЕБОВАНИЯ К ПОСТАВЩИКАМ/ПОДРЯДЧИКАМ/ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ В ОБЛАСТИ СОБЛЮДЕНИЯ ПРАВ ЧЕЛОВЕКА / ЭТИЧНОСТИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА	
Критерии	Оценка
Имеются свидетельства в пользу того, что компания предъявляет требования к контрагентам в области соблюдения прав человека / этичности ведения бизнеса и ответственно относится к инвестиционным решениям с точки зрения этики (соответствующие пункты присутствуют в стандартном договоре или иных документах)	1
У компании имеется официальная политика в области защиты прав человека и/или иные регламентирующие документы, но требования к контрагентам не закреплены в договоре и/или иных документах.	0,5
Политики в области защиты прав человека или иные регламентирующие документы, устанавливающие правила и стандарты в данной области, отсутствуют	0
S4.1 КАЧЕСТВО И БЕЗОПАСНОСТЬ ПРОДУКЦИИ / УСЛУГ	
Критерии	Оценка
Наличие внутренних документов, регламентирующих стандарты качества и безопасность продукции, и наличие подразделения, отвечающего за внедрение и поддержание стандартов качества и безопасность продукции и/или осуществляющее функции контроля качества во всех подразделениях (по всей сети)	1
Наличие внутренних документов, регламентирующих стандарты качества и безопасность продукции, и их поддержание во всех подразделениях (по всей сети)	0,5
Внедрение и поддержание стандартов качества и безопасность продукции не формализовано	0
S4.2 ОТВЕТСТВЕННЫЙ МАРКЕТИНГ	
Критерии	Оценка
Реализуются подходы ответственного маркетинга (регулярная реализация мероприятий и инициатив по продвижению принципов и идей устойчивого развития среди покупателей, сотрудников и партнеров)	1
Подходы ответственного маркетинга не формализованы, однако компания периодически участвует в мероприятиях и инициативах по продвижению принципов и идей устойчивого развития среди покупателей, сотрудников и партнеров	0,5
Компания не реализует подходы ответственного маркетинга или компания не раскрывает данную информацию	0

Рис. 4. Разделы S.3 и S.4 методики ESG, включающие трудовые показатели

Для разных компаний могут преобладать те или иные показатели: для предприятий техногенной и экологической направленности будет преобладать критерий группы «Е», для предприятий с социальными целями будет преобладать критерий «S», для предприятий финансового сектора наиболее значимыми будет являться критерий «G».

Важно отметить, что для предприятий включение данных показателей в кадровый аудит позволит повысить итоговый рейтинг ESG, а значит, повысить привлекательность компании для потенциальных инвесторов, стейкхолдеров, повысить кредитный рейтинг компании и усилить имидж организации на рынке труда как работодателя и социально-ориентированной компании.

Список литературы

1. Малахова, А. А. Внедрение стандартов ESG как вектор устойчивого развития хозяйствующих субъектов / А. А. Малахова, О. Ю. Серикова // Экономика и предпринимательство. — 2023. — № 9 (158). — С. 1377–1389. — DOI 10.34925/EIP.2023.158.09.268. — EDN OVGFAQ.
2. Малахова, А. А. ESG-рейтинг как инструмент оценки деятельности хозяйствующих субъектов / А. А. Малахова // Инновационные технологии на железнодорожном транспорте : труды XXVI Всероссийской научно-практической конференции, Красноярск, 03 ноября 2022 года / Редколлегия: В. А. Поморцев (отв. ред.) [и др.]. Том 2. — Красноярск : КИЖТ — филиал ФГБОУ ВО «ИрГУПС», 2022. — С. 28–34. — EDN NOPEJS.
3. Малахова, А. А. ESG как индикатор социальной ответственности бизнеса / А. А. Малахова // Инновационные технологии на железнодорожном транспорте : труды XXVI Всероссийской научно-практической конференции, Красноярск, 03 ноября 2022 года / Редколлегия: В. А. Поморцев (отв. ред.) [и др.]. Том 2. — Красноярск : КИЖТ — филиал ФГБОУ ВО «ИрГУПС», 2022. — С. 86–92. — EDN NOITMD.
4. Коневская, А. Ю. Современные тенденции развития российского бизнеса в отраслевом разрезе / А. Ю. Коневская, К. К. Ничикова, А. А. Малахова // Образование — наука — производство : материалы VI Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием). В 2 т., Чита, 18 ноября 2022 года. Том 2. — Чита : ЗаБИЖТ — филиал ФГБОУ ВО «ИрГУПС», 2022. — С. 63–69. — EDN ASTRQT.
5. Экономические и технологические процессы: современные подходы : коллективная монография / А. В. Архипенко, С. Н. Бегеретова, М. И. Глухова [и др.]; под общей ред. А. С. Квасова. — Сочи: Образовательное частное учреждение высшего образования «Международный инновационный университет», ОЧУ ВО «Московский инновационный университет», 2021. — 156 с. — EDN IPLZMG.

СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМЫ И ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ

В. В. Мелешко, *обучающийся*,
К. А. Удовиченко, *канд. экон. наук*

Донецкая академия управления и государственной службы (ДонАУиГС),
г. Донецк, Россия
kudovichenko_mvd21@mail.ru

В данной работе рассматриваются актуальные вопросы современного управления и направления его развития. Также в статье представлено определение и характеристика понятия «менеджмент».

Ключевые слова: современный менеджмент, тенденции развития менеджмента.

В настоящее время управление является ключевым аспектом в бизнесе, поскольку от эффективной организации работы персонала и структуры компании напрямую зависит достижение максимальной прибыли при минимальных расходах. Внимание к управлению становится все более значимым в условиях современного бизнеса, где конкуренция высока, а эффективность играет решающую роль в успехе предприятия.

Целью работы является изучение теоретических основ системы управления, особенностей этой системы в условиях современного бизнеса для достижения максимальной прибыли.

Методы изучения и исследования для написания данной работы:

- 1) исторический метод — для обобщения теоретических основ современного управления;
- 2) метод анализа и оценки — для выявления главных проблем управления предприятиями;
- 3) метод прогнозирования — для выявления основных тенденций современного менеджмента.

В конце XX века понятие «менеджмент» появилось в России. Это произошло благодаря технологическому и техническому прогрессу общества, а также переходу к рыночной экономике.

На основании анализа многих работ разных авторов стоит отметить, что определение «менеджмент» охватывает широкий спектр современных подходов и инструментов, целью которых является повышение эффективности функционирования организации. Современное понимание менеджмента представляет его как искусство управления, определяющее стиль управления и методы достижения выдающихся результатов в условиях жесткой конкуренции.

Институт менеджмента постоянно меняется, поскольку он развивается вместе с обществом, отвечая на его потребности и являясь неотъемлемой частью его структуры.

Во многих источниках литературы, включая научно-популярные, специализированные и научные работы, можно найти более двухсот определенных термина «менеджмент».

Проанализировав и изучив соответствующие материалы, на наш взгляд, под «менеджментом» понимается тип управления, обладающий определенными характеристиками. А. И. Орлов выделял следующие характеристики менеджмента, а именно:

- организация работы — анализ необходимых действий и решений;
- постановка задач — формирование общей цели и пути её достижения;
- установление критериев, отражающих эффективное выполнение работы;
- мотивация и развитие персонала;
- извлечение коммерческой прибыли;
- управление в границах одной компании;
- привлечение профессиональных управленцев [1, с. 128].

На первый взгляд, представленный выше набор характеристик менеджмента кажется весьма исчерпывающим. Тем не менее, более детальное рассмотрение понятия «менеджмент» позволяет выявить дополнительные аспекты.

1. Важным элементом успешного менеджмента является его способность адаптироваться к современным тенденциям и потребностям общества. Это требует постоянного обновления знаний и навыков менеджера, а также гибкости в принятии решений в быстро меняющейся среде.

2. Российский менеджмент имеет свои особенности по сравнению с западными концепциями. В нем присутствует выраженная «дистанция власти», что означает более формальные иерархические отношения. Однако российские менеджеры обладают сильным умением быстро реагировать на изменения и достигать поставленных целей, что является ключевой чертой их работы.

В своем исследовании В. Я. Горфинкель и А. И. Базилевич подчеркивают, что существенной проблемой, с которой сталкиваются российские предприятия в области управления, является недостаток предпринимательских навыков у менеджеров. Авторы приходят к выводу, что необходимо осуществлять систематическую подготовку высококвалифицированных управленческих кадров, способных анализировать современные проблемы общества, стоящие перед менеджментом, и принимать во внимание современные тенденции в их решении [2, с. 218].

В Российской Федерации внедрение западного менеджмента, не учитывающего особенности менталитета российского общества, не привело к ожидаемым результатам. Стоит отметить, что именно данное обстоятельство повлекло за собой возникновение таких определений, как «кризисный менеджер» и «эффективный менеджер» в Российской Федерации.

Таким образом, в соответствии с вышеизложенным следует, что во всех организациях нашего государства необходимо создать такую систему

управления, которая будет эффективной и сможет учитывать специфику работы. Именно такое понимание рабочего процесса послужило основой для развития классического менеджмента.

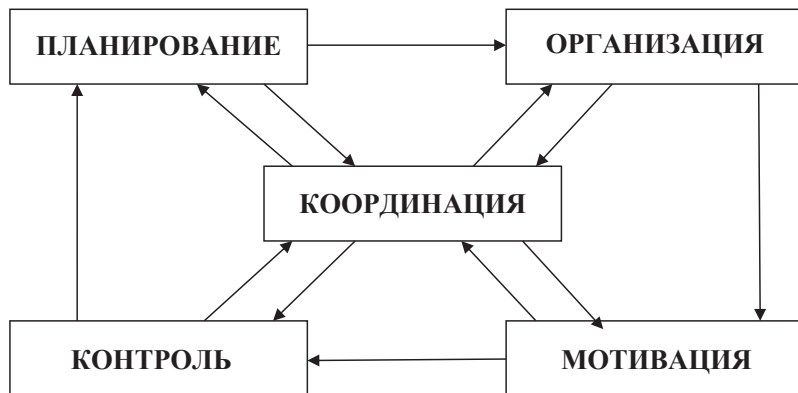
В рамках традиционного подхода к управлению организацией присутствует концепция разделения процесса управления на отдельные функциональные сферы. Структурирование такого процесса предполагает использование основных инструментов, представленных на рисунке.

Прежде всего, это планирование, которое заключается в определении стратегических целей и разработке соответствующих стратегий для их достижения.

Контроль — оценка выполнения поставленных задач и результатов работы менеджеров.

Координация — согласование действий различных подразделений и сотрудников для достижения общих целей.

Мотивация — стимулирование сотрудников к достижению поставленных задач и создание благоприятной рабочей атмосферы.



Основные инструменты менеджмента

С. М. Аль Рутрут в своей работе пишет о том, что при кажущемся на первый взгляд идеальном построении всего производственного процесса классический менеджмент не учитывает индивидуальных особенностей человека, возможностей его личности, которые раскрываются в процессе управления [3].

В соответствии с вышеизложенным следует, что именно эти проблемы послужили причиной перехода от классического к современному менеджменту.

В работе В. Р. Воргуновой и С. Ю. Андреева подчеркивается, что традиционный подход к управлению устаревает в современном мире, поскольку не учитывает особенности современного человека. Авторы отмечают, что современные тенденции, проникающие в различные сферы деятельности,

способствуют улучшению качества жизни и влияют на управленческие процессы, что требует разработки новых принципов взаимодействия между участниками экономических отношений. Кроме того, авторы подчеркивают, что менеджерам необходимо искать современные подходы к формированию командных отношений для эффективного достижения поставленных целей [4, с. 126].

Следовательно, на основании вышесказанного можно заключить, что все это связано с воздействием и влиянием инновационных технологий на управленческий процесс. Необходимо подчеркнуть, что для эффективного управления инновационной деятельностью на предприятиях разрабатывается специальная система внедрения новейших технологий и процессов, которая известна как инновационный менеджмент. Таким образом, данный механизм обеспечивает организациям возможность успешно осуществлять внедрение и управление инновациями, что способствует устойчивому росту и повышению конкурентоспособности на рынке.

В своем исследовании Л. И. Дорфеева выделяет основные направления развития современного менеджмента. Она подчеркивает необходимость объединения процессов в управлении, разработку новых показателей эффективности и ориентацию на непрерывные инновации. Также важным аспектом является профессиональное управление качеством и удовлетворение потребностей конкретного потребителя. Другие ключевые моменты включают: усиление корпоративной культуры, значимость профессионализации управления и создание обучающихся организаций. Ориентация на личность индивида, социальная и гуманистическая составляющие менеджмента также играют важную роль. Все эти аспекты подчеркивают системный, ситуационный, процессный и поведенческий подход в управлении, а также появление новых конкретных видов менеджмента [5].

Следует подчеркнуть успешность инициатив президента В. В. Путина, направленных на формирование нового поколения современных менеджеров. Анализируя данные инициативы, можно утверждать, что они способствуют развитию лидеров с высоким уровнем инициативности, креативности и соответствующих современным требованиям общества. Особое значение имеют такие проекты, как «Лидеры России» и «Школа новых технологий», которые пользуются популярностью и актуальны в настоящее время в образовательной сфере.

В заключение можно сделать вывод о том, что рассматриваемые тенденции современного менеджмента в условиях удаленной работы являются дополнительными аспектами. Основным движущим фактором в данной сложной ситуации является переход менеджмента к онлайн-формату, разработка эффективной системы удаленной работы, способной обеспечить дальнейшее эффективное управление предприятиями страны и способствовать ее цифровой трансформации в экономическом секторе.

Список литературы

1. Орлов, А. И. Менеджмент / А. И. Орлов. — Москва : Изумруд, 2013. — С. 128.
2. Горфинкель, В. Я., Базилевич, А. И. Инновационный менеджмент : учебник / В. Я. Горфинкель, А. И. Базилевич. — 4-е изд., перераб. и доп. Москва : Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. — С. 218.
3. Аль Рутрут, С. М. Эволюция классического менеджмента: функции и идеи [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiyaklassicheskogo-menedzhmenta-funktsii-i-idei>.
4. Воргунова, В. Р., Андреев, С. Ю. Методы и инструменты мониторинга и управления работами проекта / В. Р. Воргунова, С. Ю. Андреев // Скиф. Вопросы студенческой науки. — 2018. — № 12 (28). — С. 126.
5. Дорофеева, Л. И. Тенденции развития менеджмента в России / Л. И. Дорофеева [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.niiparadigma.ru/hsjournal>.

СОВРЕМЕННЫЕ РИСКИ МИКРОФИНАНСОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Ю. А. Сафонова, *обучающийся*,
В. В. Бакаева, *д-р экон. наук, профессор*
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия
vbakaeva@yandex.ru

В статье рассматриваются вопросы, связанные с определением рисков микрофинансовых организаций (МФО). Целью статьи является выявление общего, различий и приоритетов в определении категорий (видов) рисков МФО, встречающихся в научных исследованиях, нормативных документах и практической деятельности. Особое внимание уделено рискам взаимодействия МФО с клиентами. Предложены методы предотвращения возникновения таких рисков.

Ключевые слова: МФО, категории (виды) рисков МФО, коммуникационные риски МФО.

Деятельность микрофинансовых организаций (МФО) имеет важное социально-экономическое значение. В частности, МФО обеспечивают финансовую инклюзию и поддержку предпринимательства, помогают в борьбе с бедностью, способствуют развитию местных экономик, внедряют инновации в финансовую сферу. В то же время эта деятельность связана со значительными рисками как для самих МФО, так и для заёмщиков, что обусловлено множественностью угроз, существующих в современной экономике и создающих высокую неопределенность в финансовой сфере. Изложенное подтверждает актуальность исследования характера и особенностей рисков МФО, а также возможности их снижения благодаря рекомендациям Банка России как финансового регулятора.

В работе применялись следующие методы исследования: анализ и синтез, дедукция и индукция, наблюдение, описание, контент-анализ нормативных документов и аудиозаписей переговоров сотрудников микрофинансовой организации с клиентами.

Несмотря на то, что МФО вполне успешно пережили кризис (санкции, операционные издержки, снижение предельной дневной ставки, установление предельных лимитов для клиентов в 2023 г.), а Россия остается в числе мировых лидеров по ежегодным темпам прироста портфеля микрозаймов, качество обслуживания долгов ухудшилось. Выросли показатели портфеля займов с просрочкой, люди все чаще стали обращаться к услугам по списанию долгов (банкротство, переуступка прав требования) [3]. Все это приводит к ужесточенной борьбе за качественных заёмщиков. Поэтому как никогда важно обращать внимание на предотвращение возникновения рискованных ситуаций.

МФО присущи те же самые риски, что и другим финансовым организациям (например, банкам). Риск микрофинансирования определяется в широком смысле как потенциал событий или продолжающихся тенденций, которые являются причиной будущих убытков или снижения в будущем дохода микрофинансовой

организации, а также отклонения от первоначальной социальной миссии этой организации [3].

В научном дискурсе чаще фигурируют следующие четыре категории рисков микрофинансирования (перечисляемые, как правило, в данной последовательности): кредитный, операционный, рыночный и стратегический. Несмотря на то что это выделение произошло достаточно давно, актуальность перечисленных категорий сохраняется.

В Базовом стандарте по управлению рисками для микрофинансовых организаций, утвержденному Банком России выделено семь видов риска: рыночный, процентный, риск ликвидности, правовой, регуляторный, потери деловой репутации (репутационный риск) и, наконец, стратегический риск [1].

В то же время анализ деятельности МФО показывает, что наибольшее их внимание привлечено к кредитному риску и, кроме того, повысилась значимость рисков, возникающих при взаимодействии МФО и их клиентов — репутационного и коммуникационного (таблица).

Сравнение категорий (видов) рисков МФО, в различных источниках информации

Категория (вид) риска	Базовый стандарт Банка России	Научный дискурс	Анализ практики МФО
рыночный	+	+	–
процентный	+	–	–
ликвидности	+	–	–
кредитный		+	+
правовой	+	–	–
регуляторный	+	–	–
репутационный	+	–	+
стратегический	+	+	–
операционный	–	+	–
коммуникационный	–	–	+

Несмотря на необходимость соблюдения МФО требований Банка России по управлению рисками, наибольшую озабоченность у них вызывают три вида названных выше и обозначенных в таблице категорий (видов) риска. Причем кредитный риск встречается в научном дискурсе, а репутационный — в Базовом стандарте Банка России. Коммуникационный риск в этом смысле является уникальным.

Кредитный риск возникает в том случае, если клиент не исполняет свои обязательства полностью или частично. Чаще всего причиной неисполнения обязательств является снижение платежеспособности заемщика, потеря или снижение у него дохода. Ухудшение качества заемщиков приводит к потерям по займам, снижению процентного дохода, отвлечению ресурсов МФО на работу с проблемными долгами, возрастанию операционных расходов, демотивации

персонала. В результате проблемное МФО теряет ключевой персонал и клиентов, которые уходят в более надежные МФО [2].

И если для заемщиков государством разработаны меры поддержки в трудных финансовых ситуациях (например, кредитные каникулы по ФЗ № 353, снижение базовой ставки до 0,8 %), то МФО приходится самостоятельно удерживать кредитный риск в допустимых рамках.

МФО может предотвращать выдачу займов заведомо некачественным заемщикам, данные о которых можно запросить в кредитной истории, снижать временно лимиты для таких клиентов или разрабатывать дополнительные условия, позволяющие клиенту вернуть заем (например, предоставить скидку: так клиент, возможно, вернет большую часть долга). Также можно внедрить практику автоматических (безакцептных) списаний при просроченной задолженности: так МФО сможет либо оградить себя от очевидных финансовых потерь, либо частично восполнить их.

Риск репутации не менее важен, чем другие. Репутационный риск — риск ущерба деловой репутации кредитного кооператива вследствие негативного восприятия его деятельности обществом [1].

Данный риск может вытекать из стратегического, операционного или коммуникативного рисков. Репутация МФО может пострадать вследствие различных факторов: мошенничество (как со стороны клиента, так и со стороны партнеров), сбои (например, на сайте, если МФО работает в режиме онлайн, а также у провайдера-партнера), недостаточное информирование по услугам и работе компании, некомпетентный персонал.

Важно, что клиент охотнее поделится негативным опытом, нежели позитивным, имея возможность оставить отзывы на соответствующих платформах (Банки.ру, Отзовик, Все Займы Онлайн, Яндекс и пр.). Поэтому микрофинансовой организации нельзя упускать из виду работу с отзывами. Например, можно разработать программы по поощрению клиентов за честный положительный отзыв.

Несмотря на то, что коммуникационный риск МФО как таковой не выделяется ни в документах финансового регулятора, ни в научном дискурсе, его значение в деятельности МФО трудно переоценить.

Структура коммуникационного риска включает ряд элементов, среди которых важнейшим является риск личных коммуникаций персонала МФО и клиентов.

В силу того, что сегодня вопрос личных и бизнес-финансов стоит довольно остро, меняется и эмоциональное состояние граждан. Клиенту МФО трудно быть спокойным и сдержанным, когда беспокоит вопрос доходов и расходов. Поэтому сотрудникам МФО важно тщательно подбирать слова и выражения, коммуницируя с клиентом.

Слова формируют убеждения, а те, в свою очередь, руководят поступками. И даже многие привычные фразы, не вызывающие у нас в повседневной жизни негатива, могут стать триггером для клиента в определенный момент. Слова могут раздражать клиента, понижать статус компании в его глазах и отталкивать от пользования услугами. Успешная коммуникация способна значительно

снизить риски организации. Отсюда следует, что неуспешная коммуникация становится источником репутационного и финансового рисков.

Причиной появления коммуникативных рисков является неодинаковая способность компании и клиента излагать, понимать и оценивать предложенную информацию [4]. Поэтому крайне важен грамотный менеджмент персонала микрофинансовой организации, независимо от того, работает компания в режиме онлайн или принимает своих клиентов в офисе. Для этого предлагается настроить систему регулярной проверки качества обслуживания клиентов, а также мотивации сотрудников МФО, в частности, путем их продвижения по карьерной лестнице.

Список литературы

1. Базовый стандарт по управлению рисками микрофинансовых организаций (утв. Банком России, протокол от 27.07.2017 № КФНП-26). — URL: <https://www.garant.ru> (дата обращения: 07.02.2023).
2. Мэнса, Э. Й. Риски микрофинансовых организаций и условия их снижения / Э. Й. Мэнса // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. — 2019. — № 4. — С. 102–105.
3. Мамута, М. В. Микрофинансирование в России / М. В. Мамута [и др.] // Центр исследований платежных систем и расчетов. — Москва, 2013.
4. Иванова, Т. В. Коммуникативные риски и способы их преодоления : учебно-методическое пособие / Т. В. Иванова, О. В. Никитина; ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия». — Саратов: Изд-во ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия», 2018. — 16 с.

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ КАК ФАКТОР РОСТА ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ

С. В. Слепакова, *обучающийся*, В. А. Суровцева, *доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
surver01@yandex.ru

Цель исследования — рассмотреть особенности процесса управления затратами в коммерческой организации. На материалах конкретной организации выполнен анализ системы управления затратами и выявлены основные недостатки. На основе результатов анализа предложены пути совершенствования системы управления затратами. При подготовке статьи использованы общенаучные и частные методы исследования. Информационной базой послужили труды российских исследователей, а также данные финансовой отчетности действующей организации.

Ключевые слова: затраты, прибыль, процесс управления затратами, оптимизация затрат, принципы управления затратами, центры доходов, центры расходов.

Все управленческие процессы заточены на извлечение различных видов эффектов. Однако основным экономическим эффектом коммерческой организации является прибыль. Это предопределяется тем, что наличие прибыли является важнейшим условием укрепления экономического и финансового положения организации, ее рыночных позиций, а также достижения конечной цели управления — увеличение рыночной стоимости бизнеса.

Наращение прибыли обусловлено влиянием ряда факторов, в числе которых важную роль играет процесс управления затратами. Управленческий цикл данного процесса включает следующие этапы:

- 1) систематизация и калькуляция затрат;
- 2) поиск резервов для снижения затрат;
- 3) планирование и бюджетирование затрат с учетом возможных резервов;
- 4) контроль и анализ полученных результатов [1].

Как показывает практика, полноценный процесс управления затратами реализуется не во всех компаниях. Зачастую усиление внимания затратам является ответной реакцией на сокращение объемов прибыли. В подобных ситуациях руководство стремится сокращать или отдельные виды, или сразу все виды расходов. Однако для обеспечения устойчивого развития процесс управления затратами должен осуществляться на постоянной основе. Кроме того, возможна неверная постановка цели. Так, зачастую в качестве цели управления затратами определяется их сокращение без учета специфики их формирования в рамках конкретного бизнеса. В связи с этим более правильной целевой установкой является оптимизация затрат, которая предполагает сокращение только отдельных видов. При этом для успешного функционирования необходимо наладить непрерывный процесс оптимизации затрат.

При построении системы оптимизации затрат необходимо руководствоваться рядом принципов, а именно:

- 1) принцип приоритетности затрат;
- 2) принцип оправданности затрат [2].

В рамках принципа приоритетности необходимо распределить все расходы по категориям:

— расходы, без которых организация способна в нормальном режиме осуществлять свою деятельность. Их отсутствие не оказывает влияния на результаты деятельности — следовательно, их можно полностью исключить из состава затрат бизнеса. При этом следует учитывать, как отсутствие этих расходов повлияет на деятельность и в краткосрочной, и в долгосрочной перспективе;

— расходы, отсутствие которых несущественно сказывается на результатах бизнеса. Это категория допустимых затрат;

— расходы с высокой степенью приоритетности. Отсутствие этой категории затрат может привести к существенным сбоям в операционных процессах — следовательно, ухудшит положение организации;

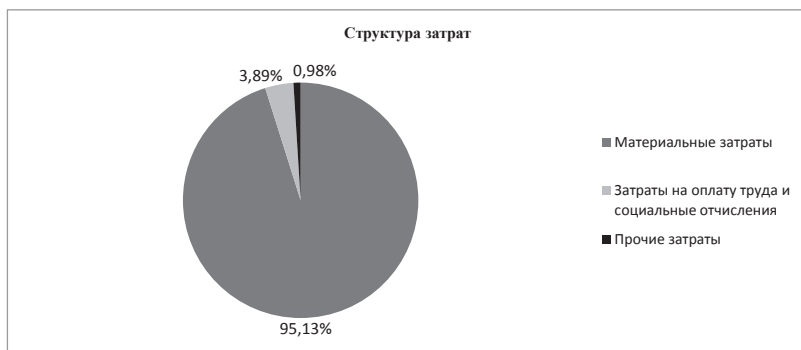
— приоритетные расходы, отсутствие которых делает невозможным ведение бизнеса. Например, сырье и оборудование для производства продукции.

Данный подход позволяет учитывать экономические интересы организации с учетом особенностей операционных и управленческих процессов.

Управление затратами с учетом второго принципа ориентировано на учет последствий в результате сокращения тех или иных статей затрат. Однозначно признается оправданным сокращение тех видов затрат, отсутствие которых негативно не отразится на основных результатах деятельности. Оптимизация затрат не должна негативно отразиться на качестве продукции, работ, услуг, иначе в перспективе можно ожидать снижения объема продаж, потерю прибыли и рынка.

В рамках данного исследования проанализирована система управления затратами на конкретном предприятии. В качестве объекта наблюдения рассматривается ООО «Лукойл-Уралнефтепродукт». Организация ведет бизнес в г. Уфе Республики Башкортостан и осуществляет розничную торговлю моторным топливом в специализированных магазинах. На рынке республики функционирует с 1997 года. За 2022–2023 годы организация продемонстрировала разнонаправленную динамику основных показателей. Так, объем доходов возрос на 11,1 % и в 2023 году составил 191,6 млрд руб. Однако чистая прибыль, как конечный результат деятельности, снизилась с 12,2 млрд руб. в 2022 году до 8,4 млрд руб. в 2023 году, т. е. на 31 %. Такое существенное падение прибыли может быть обусловлено проблемами в системе управления затратами [3].

Рассмотрим структуру затрат ООО «Лукойл-Уралнефтепродукт» в разрезе экономических элементов за 2023 год (рисунок).



Структура затрат по экономическим элементам
ООО «Лукойл-Уралнефтепродукт» за 2023 год, %

Как видно из данных рисунка, доминируют материальные затраты, доля которых в совокупной величине составила 95,13 %. Расходы на труд занимают 3,89 % и прочие затраты – 0,98 %. Анализ структуры затрат позволяет сделать вывод о том, что в системе управления затратами организации ключевым объектом должны стать материальные затраты.

Материальные затраты анализируемой организации включают:

- 1) затраты на покупку топливной продукции;
- 2) затраты на покупку сопутствующей продукции;
- 3) затраты на приобретение сырья, материалов и топлива для собственных нужд;
- 4) транспортные расходы по поставке продукции.

Как показал анализ внешних факторов бизнес-среды, рост материальных затрат обусловлен, прежде всего, инфляционным фактором. Так, возросли тарифы на железнодорожные и автомобильные перевозки нефтепродукции. Кроме того, возросли закупочные цены на нефтепродукты у ПАО «Лукойл».

Изучение организационных регламентов позволило систематизировать управленческие процедуры, связанные с управлением затратами, в разрезе базисных функций менеджмента. Исходные данные представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Функциональный разрез системы управления затратами
ООО «Лукойл-Уралнефтепродукт»**

Функции управления	Действия, связанные с управлением затратами	Ответственные исполнители
Планирование	планирование затрат в поэлементном разрезе; определение плановых цен на продукцию; разработка годовой сметы затрат	финансовый директор; планово-экономический отдел

Окончание табл. 1

Функции управления	Действия, связанные с управлением затратами	Ответственные исполнители
Организация и координация	разработка форм учетной документации; распределение и согласование полномочий по управлению затратами между сотрудниками	финансовый директор; гл. бухгалтер; начальник планово-экономического отдела
Контроль	анализ отклонений фактических и плановых затрат в поэлементном разрезе; разработка рекомендаций по снижению затрат	планово-экономический отдел; бухгалтерия

Анализ данных табл. 1 позволяет сделать вывод о том, что в организации не ведется планирование и учет затрат по месту возникновения.

Так, ответственность за планирование затрат возложена на планово-экономический отдел. План затрат разрабатывается на один год и включает:

- 1) сведения о планируемом объеме реализации продукции;
- 2) бюджет предприятия на планируемый год, в том числе в поэлементном разрезе;
- 3) основные показатели финансово-хозяйственной деятельности на планируемый год.

Как ранее отмечено, основным недостатком сложившейся системы управления затратами является практика котлового метода учета, что не позволяет выделять центры затрат как условие рациональной системы управления затратами.

Введение центров ответственности потребует внесение соответствующих корректировок в систему управленческого учета и использование систем автоматизированной обработки информации, что позволит повысить качество управления затратами и оптимизировать затраты на труд.

Центры ответственности подразделяются на центры доходов и центры расходов. Деление подразделений по названным направлениям связаны с бизнес-процессами организации. Так, основными бизнес-процессами являются:

- 1) работа с поставщиками;
- 2) реализация продукции;
- 3) управление имущественным комплексом, включая сервисное обслуживание АЗС и другого оборудования.

На основе выделенных бизнес-процессов представлена модель распределения центров доходов и расходов организации (табл. 2).

**Модель распределения центров доходов и расходов
ООО «Лукойл-Уралнефтепродукт»**

Центры доходов	Центры расходов
Отдел розничной реализации. Отдел оптовых продаж. Отдел организации и проведения тендеров. Территориальные представительства в регионах	Отдел материально-технического снабжения и логистики. Отдел по работе с персоналом. Планово-экономический отдел. Бухгалтерия. Отдел заработной платы. Отдел маркетинга и рекламы. Отдел по связям с общественностью. Отдел эксплуатации АЗС. Отдел по контролю качества НП и метрологии. Диспетчерский центр. Ремонтно-механический цех. Отдел капитального ремонта. Отдел эксплуатации автотранспорта. Юридический отдел. Центр информационных технологий

Для управления центрами ответственности необходимо установить систему контрольных индикаторов. Так, для центров доходов основным показателем является величина доходов, которые фиксируются на выходе из подразделения. Оценкой результативности могут служить объемы реализации, поступление денежных средств, рост числа клиентов и др.

Для центров расходов значим учет затрат. В этих подразделениях необходимо внедрять процессы нормирования, планирования, учета затрат. Индикаторами эффективности центра затрат могут служить минимальные либо обоснованные отклонения фактических затрат от нормативных по всем статьям расходов. Кроме того, необходимо в систему показателей встраивать дополнительно показатели качества, чтобы стремление к сокращению затрат не снижало уровень качества продукции и предоставления услуг.

Таким образом, проведение предлагаемой реорганизации усовершенствует процесс управления затратами в ООО «Лукойл-Уралнефтепродукт», в конечном итоге повысит качество управления затратами. Как следствие, можно ожидать увеличение потока прибыли как конечного результата деятельности организации.

Список литературы

1. Файзуллина, К. Р. Методы управления затратами фирмы / К. Р. Файзуллина // Экономка и социум. — 2023. — № 4–1 (107) [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-upravleniya-zatratami-firmy> (дата обращения: 23.03.2024).
2. Дубоносова, А. Н. Повышаем прибыль предприятия за счет оптимизации затрат / А. Н. Дубоносова // Планово-экономический отдел. — 2021. — № 10 [Электронный ресурс]. — URL: https://www.profiz.ru/peo/10_2021/uvlichivaem_prilyul/ (дата обращения: 23.03.2024).
3. Всероссийская система проверки контрагентов «За честный бизнес» [Электронный ресурс]. — URL: https://zachestnyibiznes.ru/company/ul/1027402893418_7453011758_OOO-LUKOYL-URALNEFTEPRODUKT (дата обращения: 20.03.2024).

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИТ-ТЕХНОЛОГИЙ И НЕЙРОСЕТЕЙ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

К. В. Сойма, *обучающийся*,
В. В. Бакаева, *д-р экон. наук, профессор*
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия
ksojma@mail.ru

В статье рассматриваются вопросы, связанные с проблематикой внедрения информационных технологий и нейросетей в деятельность предприятий общественного питания. Целью статьи является выявление комплекса проблем, обусловленных использованием ИТ-технологий и нейросетей в ресторанном бизнесе и формулирование подходов к их решению. Особое внимание в этой связи уделено проблемам управленческого и правового характера.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, предприятия общественного питания, ИТ-технологии и нейросети в сфере общественного питания, управленческие проблемы использования ИТ-технологий на предприятиях общественного питания.

По оценке INFOLine, оборот рынка общественного питания в России в 2023 году должен превысить 4–4,2 трлн рублей, рост составит 15 % [2], что подтверждает высокую значимость данной отрасли для экономики страны.

Особенностью этой сферы является ее высокая восприимчивость к новшествам, в том числе информационным технологиям. Их внедрение сказывается позитивно на развитии отрасли, но, как показывает опыт многих предприятий общепита, при этом возникает ряд проблем, в том числе управленческого и правового характера. Выявление этих проблем является начальным этапом принятия решений относительно эффективности использования предлагаемых информационных продуктов в конкретном заведении ресторанного бизнеса. Изложенное подтверждает актуальность темы проведенного исследования.

В работе применялись следующие методы исследования: анализ и синтез, наблюдение, описание, контент-анализ нормативных документов.

Определим основные понятия, используемые для обозначения рассматриваемой отрасли экономики.

Наряду с определением понятия «общественное питание», или «индустрия питания», которое дано в ГОСТ 31 985–2013 «Услуги общественного питания. Термины и определения», специалистами используется ряд производных и родственных понятий, таких как сфера общественного питания, ресторанный бизнес, HoReCa.

Например, в вышеназванном стандарте общественное питание трактуется как «самостоятельная отрасль экономики, состоящая из предприятий различных форм собственности и организационно-управленческой структуры, организующая питание населения, а также производство и реализацию готовой продукции и полуфабрикатов как на предприятиях общественного питания, так

и вне его, с возможностью оказания широкого перечня услуг по организации досуга и других дополнительных услуг» [1].

Обобщение определений производного понятия «сфера общественного питания» из различных источников может быть таким: отрасль экономики, представленная различными заведениями, оказывающими услуги по приему пищи и напитков и играющая важную роль в социальной жизни, предоставляя места для отдыха и общения [1, 3, 4].

В свою очередь, под «ресторанным бизнесом» понимается отрасль сферы общественного питания, которая включает в себя рестораны, кафе, бары, закусочные и другие заведения, где люди могут приобрести и потреблять готовую еду и напитки. Ресторанный бизнес предполагает предоставление услуг по созданию атмосферы для приятного времяпрепровождения. Он является важной частью индустрии гостеприимства многих стран. Понятие «ресторанный бизнес» наиболее распространено в профессиональной среде.

Наконец, HoReCa — это сокращение от слов «Hotel, Restaurant, Cafe» (отель, ресторан, кафе). Этот термин используется для обозначения сектора услуг общественного питания и гостиничного бизнеса: отелей, ресторанов, кафе, баров и иных мест, где можно отдохнуть, поесть, приятно провести время.

Таким образом, во всех указанных определениях присутствует суждение, в котором перечисляются различные типы (форматы) предприятий общественного питания, деятельность которых — это оказание соответствующих услуг.

Если рассматривать оказание этих услуг именно как бизнес предприятий общественного питания, или ресторанный бизнес, то доминирующим мотивом их хозяйственной деятельности становится стремление к эффективности, обусловленной в значительной степени удовлетворенностью посетителей, лояльность которых в широком смысле и становится залогом финансовой успешности этих предприятий.

Предприятия ресторанного бизнеса, существуя в высококонкурентной внешней среде, испытывают на себе воздействие многих факторов, к числу которых относится фактор технологий, считающийся самым динамичным фактором среды косвенного воздействия и, в частности, его важнейшая составляющая — компьютерные или ИТ-технологии и нейросети.

Анализ источников информации научного, научно-популярного, рекламного характера, а также клиентский опыт свидетельствуют о том, что ИТ-технологии и нейросети используются в ресторанном бизнесе в трех основных направлениях: для улучшения качества и эффективности обслуживания, для оптимизации бизнес-процессов, а также для управления персоналом [4].

Одним из современных продуктов ИТ-технологий и нейросетей является SteadyControl HoReCa — разработка компании STEADYCONTROL, которая позиционируется как система контроля и управления персоналом в ресторанном бизнесе. В 2022 году она заняла первое место в категории «Ресторан», (номинация ИТ-технологии) на премии новинок и инноваций для российских предприятий индустрии гостеприимства — PIR EXPO AWARDS [5].

Рассмотрим возможности некоторых технологий, предлагаемых SteadyControl HoReCa, и связанные с их использованием потенциальные проблемы управленческого и правового характера (таблица).

Проблемы использования ИТ-технологий и нейросетей в ресторанном бизнесе

Наименование технологии	Сущность технологии	Потенциальные управленческие и правовые проблемы использования
Аудиобейджи	фиксация диалога официанта и хостес с гостем	<ul style="list-style-type: none"> — нарушение конфиденциальности и разработка политики ее сохранения; — использование технологии только в надлежащих целях; — несанкционированная запись (без согласия участвующих сторон); — сопротивление сотрудников и разработка мер по его преодолению; — отвлечение сотрудников и снижение производительности; — технические проблемы; — необходимость обучения и поддержки персонала и др.
Нейросети для витрин в кофейнях	проверка выкладки на соответствие плануграмме и отправка снимков с камер в мессенджер	<ul style="list-style-type: none"> — дополнительные усилия по управлению процессом; — возникновение конфликтных ситуаций на почве оспаривания работником данных нейросетей; — разработка процессов для проверки точности нейросетей и исправления любых ошибок; — подготовка персонала с необходимыми навыками и знаниями для управления нейросетями; — высокая стоимость внедрения
Камеры с детекцией рабочих зон для контроля присутствия сотрудника	использование технологии «красных линий»: контроль рабочей зоны и сигнализация об отсутствии сотрудника менеджеру и администратору	<ul style="list-style-type: none"> — организация обучения сотрудников и обеспечение соблюдения «красных линий»; — баланс между гибкостью и строгостью менеджмента при применении «красных линий»

Несмотря на то, что ИТ-технологии и нейросети играют важную роль в ресторанном бизнесе, повышая его эффективность, в том числе за счет повышения качества обслуживания, существует ряд проблем, в частности, управленческих и правовых, связанных с их использованием. Поэтому, прежде чем принимать решение о покупке и внедрении информационных продуктов в деятельность предприятия общественного питания, а тем более в сетевую структуру, следует

определить потенциальные проблемы, с которыми придется столкнуться менеджменту этого предприятия или сети. Результаты оценивания этих проблем и необходимых ресурсов для их решения должны быть соотнесены с предполагаемыми выгодами от использования новшеств.

Список литературы

1. ГОСТ 31985–2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Термины и определения (введен в действие приказом Росстандарта от 27.06.2013 № 191-ст). — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_165477/ (дата обращения: 12.02.2024).
2. Итоги ресторанного рынка-2023: неожиданный рост и новые трудности. — URL: <https://www.retail.ru/articles/itogi-restorannogo-rynka-2023-neozhidannyy-rost-i-novye-trudnosti/> (дата обращения: 03.02.2024).
3. Как информационные технологии революционизируют общественное питание: важность и преимущества // Научные Статьи. Ру : портал для студентов и аспирантов. — Дата последнего обновления статьи: 19.10.2023. — URL: <https://nauchniestati.ru/spravka/informacionnye-tehnologii-v-obshhestvennom-pitanii/> (дата обращения: 03.02.2024).
4. Кривицкая И., Рязанцев А. Кафе, бар, ресторан. Ключевые стандарты, регламенты работы и управления персоналом. — Москва : 1000 бестселлеров, 2019. — 218 с.
5. Премия PIR EXPO AWARDS 2022. — URL: <https://all-events.ru/events/pir-expo-awards-2022/> (дата обращения: 01.02.2024).

**ПОТОК СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ В ПРАКТИКЕ
СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ИНВИТРО-СИБИРЬ», г. НОВОСИБИРСКА**

Т. С. Тарицына, *обучающийся*, Э. А. Новосёлова, *канд. экон. наук*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
tanya.taritsyna@bk.ru

В работе проиллюстрирован опыт применения потока создания ценности в контексте стратегического управления с целью совершенствования управления бизнес-процессами конкретной организации. На основе анализа бизнес-процесса предлагается схема потока создания ценности на примере исследуемой организации, а также отражается влияние анализируемого бизнес-процесса на достижение стратегической цели компании. Оценивается и прогнозируется эффект потока создания ценности.

Ключевые слова: бизнес-процессы, стратегия, управление, поток создания ценности.

Актуальность работы обосновывается тем, что в современных условиях ведения хозяйственной деятельности высшее руководство организации все чаще использует методы управления бизнес-процессами в контексте стратегического управления компанией, что способствует принятию оперативных управленческих решений. Основная идея исследования заключается в том, что применение современных концепций построения потока создания ценностей в рамках стратегического управления способны определить проблемные участки функционирования как отдельных частей бизнес-процессов, так и системы, а также определить ответственных и сформулировать предложения по устранению недостатков.

Целью исследования является разработать эффективный инструмент управления бизнес-процессом в концепции стратегического управления организацией.

Примененные автором работы методы исследования: анализ, сравнение, синтез.

В качестве *объекта исследования* выступает бизнес-процессное управление организацией. *Предметом исследования* является поток создания ценностей в области стратегического управления организацией.

Объект наблюдения — компания ООО «ИНВИТРО-Сибирь», специализирующаяся на предоставлении лабораторных и врачебных услуг населению.

Научная новизна исследования заключается в оптимизации классического потока создания ценности с применением VRMN-метода для определения ответственных лиц за весь бизнес-процесс или его отдельный участок с проведением расчета эффекта потока.

Вопросами исследования и применения потока создания ценностей занимаются современные авторы работ В. И. Анохов, Б. К. Жумашева, С. С. Акимов, П. О. Лихачева и т. д. Понятие «поток создания ценностей» возникло

несколько позже и следует отталкиваться от понятия «цепочка создания ценностей». Цепочка создания ценностей — это концепция, представленная в работах Майкла Портера о стратегическом управлении, в частности, в его книге «Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость» (1985). Цепочка создания ценности описывает процесс, при котором фирма создает ценность для своих клиентов путем выполнения определенных деятельностей в рамках своей деятельности [1]. Понятие «поток создания ценности» обрело популярность позже и обычно связывается с идеями теории потока создания ценности (Value Stream Theory), развиваемыми в рамках методологии Lean Manufacturing (бережливое производство). Это концепция, которая фокусируется на идентификации и оптимизации потоков работы, направленных на создание ценности для клиентов. В отличие от цепочки создания ценности, поток создания ценности учитывает не только последовательность деятельностей, но и время, затрачиваемое на каждую из них, а также все возможные задержки и потери в процессе.

Применительно к ООО «ИНВИТРО-Сибирь» стратегическое управление бизнес-процессами отличается от практики других компаний. Особенность организационной структуры исследуемой организации состоит в том, что компания является частью холдинга — группы компаний. Тем не менее, управление бизнес-процессами осуществляется централизованно головной организацией ООО «МС Групп». Стратегическая цель организации — «стабильное обеспечение достоверности, своевременности и высокого уровня сервиса предоставляемых лабораторных и врачебных услуг». Одним из первых мероприятий по достижению стратегической цели выделено строгое соблюдение требований преаналитического этапа лабораторного процесса, оказывающее значительное влияние на конечный результат исследования. Преаналитический этап — это время с момента направления пациента на лабораторное исследование до момента поступления биологического материала в лабораторию. Соблюдение необходимых условий на данном этапе обеспечивается совместными усилиями медицинского персонала (лечащих врачей, медицинских сестер) и сотрудников лаборатории.

С целью определения соответствия бизнес-процессов стратегической цели компании определена необходимость в анализе структуры процессов. На рис. 1 обозначена схема бизнес-процессов компании, по которой сформулирован вывод о том, что преаналитическому этапу выделено наибольшее место в основных процессах компании.



Рис. 1. Схема бизнес-процессов Группы ИНВИТРО

Цель потока ценностей — устранение всех видов потерь и неэффективных действий в процессе, чтобы достичь оптимальной скорости и качества производства. Поток ценностей преаналитического этапа лабораторного процесса ООО «ИНВИТРО-Сибирь» позволяет сформулировать вывод о том, что наибольший объем действий, оказывающих влияние на создание потребительской ценности, приходится на медицинские офисы ИНВИТРО (рис. 2).

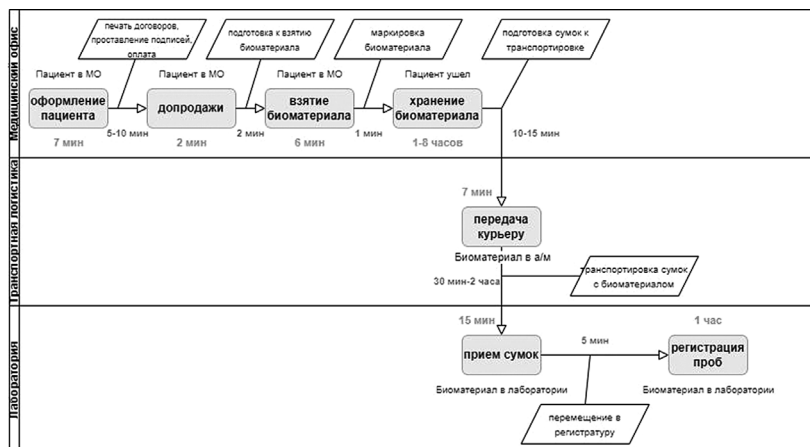


Рис. 2. Карта потока создания ценности ООО «ИНВИТРО-Сибирь»

Авторами работы предлагается индивидуальная методика построения потока, основная идея которой заключается в построении (первым этапом) границ ответственности, а затем формирование структуры потока. Данный метод распределения границ ответственности основополагается в практике BPMN-систем.

В схеме потока создания ценностей обозначено время, затраченное на каждый этап. Благодаря точному расчету времени возможно определить эффективность потока, рассчитываемая по формуле:

$$\text{Эффективность потока} = \frac{\text{Время, создающее ценность}}{\text{Общее время потока}},$$

где время, создающее ценность, это время, которое фактически добавляет ценность к продукту или услуге в рамках процесса производства или предоставления услуги. Всякий раз, когда работник занимается действиями, которые не приносят ценности конечному продукту или услуге, это считается потерями времени. Время, создающее ценность, обозначено на схеме зеленым прямоугольником.

Таким образом, наибольший объем времени в общем потоке приходится на процесс хранения биоматериала в медицинском офисе и транспортировку биоматериала. Преаналитический этап лабораторного процесса, являющийся ключевым в основных процессах компании, способен обеспечить достижение стратегической цели. Однако, сократив время, не создающее ценность, стратегическая цель будет достигнута быстрее.

Таким образом, в результате проведенного исследования сформулированы следующие выводы:

1. Основное отличие между цепочкой создания ценности и потоком создания ценности заключается в уровне детализации и внимания к времени и потерям в процессе создания ценности.
2. Основные процессы способны полностью обеспечить достижение стратегической цели компании.
3. Индивидуальная методика построения карты потока создания ценности предоставляет несколько значимых преимуществ: ясное распределение ответственности; оптимизация и планирование ресурсов на каждый этап в потоке; устранение дублирующих действий и сокращение времени на передачу информации.

Список литературы

1. Портер, М. Е. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: учебное пособие / М. Е. Портер, Е. Ю. Калинина, — 4-е изд. — Москва : Альпина Паблиш, 2016. — 715 с. — URL: <https://znaniium.com/catalog/product/615259> (дата обращения: 25.02.2024).
2. Агафонова, Г. В., Козловская А. И. Стратегия управления бизнес-процессами как основа успешного пути компании // Финансовые рынки и банки. — 2020. — № 3. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-upravleniya-biznes-protsessami-kak-osnova-uspeshnogo-puti-kompanii> (дата обращения: 28.02.2024).

3. Дадаева, Б. Ш., Османова, А. М. BPM-система как инструмент управления бизнес-процессами компании // Журнал прикладных исследований. — 2022. — № 11. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bpm-sistema-kak-instrument-upravleniya-biznesprotsessami-kompanii> (дата обращения: 01.03.2023).
4. Наумов, М. С., Соколова, Я. В. Цепочка создания ценности в призме стратегического планирования // ЭВ. — 2019. — № 3 (18). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsepochnka-sozdaniya-tsennosti-v-prizme-strategicheskogo-planirovaniya?ysclid=lujj80zmdq26674840> (дата обращения: 01.03.2023).

СТРАТЕГИИ КОМАНДНОЙ РАБОТЫ В РЕКЛАМНЫХ КОМПАНИЯХ

М. Г. Черных, *обучающийся*, В. И. Чистякова, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
Mihrudin555777@mail.ru

В современных условиях эффективная деятельность рекламных компаний невозможна без команды профессионалов, сплоченной достижением единой цели. Целью статьи является определение стратегии командной работы и факторов, влияющих на ее разработку в рекламных компаниях. Для ее достижения изучены основные понятия по теме исследования, раскрыты принципы и признаки командной работы.

Ключевые слова: команда, принципы команды, признаки команды, стратегии командной работы, рекламная компания, этапы формирования команды.

Актуальность. В настоящее время успех деятельности компании во многом определяется наличием у руководителя команды единомышленников и профессионалов. Коллективные формы организации труда проявляются в вовлечении работников в управление, развитие производственной демократии, повышение творческой инициативы работников [2]. В изменяющихся условиях хозяйственной деятельности возникают новые, нестандартные ситуации, повышаются требования к коммуникационному взаимодействию и сотрудничеству людей в процессе решения этих проблем. Ведущей формой совместной деятельности людей становится команда, в том числе в рекламной деятельности, которая отличается творческим характером и рождением новых идей.

Состояние изученности темы. Исследованию проблем командной работы, созданию команд, их развитию и роли в повышении эффективности бизнеса посвящены работы зарубежных ученых: Р. М. Белбина, Дж. Биллсберри, А. Глозера, М. Бейерлайна, Дж. Г. Бойетта, Дж. Т. Бойетта, Дж. В. Ньюстрема, Р. Мэддакса, А. Фернема, Дж. М. Хейдема и др. Среди отечественных авторов, изучающих проблему командной работы, следует отметить В. В. Авдеева, Т. Ю. Базарова, Т. П. Галкину, В. И. Корниенко, А. М. Карякина и др.

Цель и задачи исследования. Целью исследования является определение стратегии командной работы и факторов, определяющих ее разработку в рекламных компаниях.

В процессе подготовки статьи были использованы монографический и абстрактно-логический методы изучения публикаций по проблеме исследования; классификации факторов, определяющих выбор стратегии рекламной компании; сравнения и наблюдения деятельности подразделений рекламной компании.

Результаты исследования. «Команда — это группа из двух или более человек, которые взаимодействуют друг с другом для достижения общей цели, разделяют ответственность и имеют индивидуальную подотчетность. Члены команды несут ответственность как за свою часть работы, так и за работу всей группы; имеют взаимодополняющие навыки и качества; согласовывают свои

действия и имеют общее видение ситуации; регулярно взаимодействуют для достижения общих целей» [5].

В. И. Корниенко определил источник команд как формальные группы, работающие под управлением своего руководителя. Д. Катценбах — единственного лидера. Он также определил ключевые принципы работы группы: индивидуальные цели «добавляют» миссию группы (конечные результаты); члены группы имеют индивидуальное задание с учетом своих навыков; итоги работы группы складываются из индивидуальных результатов; лидер определяет строгий подход к делу; ответственность каждого очень сильная. В таких группах человек делает то, что ему прикажут. Большая часть команд сформировалась именно из таких групп [3].

Современные команды формируются по целевому подбору персонального состава с учетом принципов Д. Катценбаха: 1) профессионализм, подбор персонала на основе необходимых навыков; 2) умение работать в составе команды (сообща принимать решения, дружелюбие, уважение к коллегам, открытость); 3) принцип институционализма; 4) принцип учета ролей; 5) принцип этапности командообразования.

Принцип умения работать в команде очень содержательный. Он включает: умение координировать свою работу с членами команды; ясно представлять цели организации и задачи; умение расставлять приоритеты в коллективной деятельности; соблюдать график работы и порядок; умение нести ответственность и контролировать себя и производственный процесс в целом; умение оперативного принятия решения на своем уровне ответственности; иметь стратегическое мышление; понимать и ценить жизненные ценности; проявлять инициативу к инновациям, быть бесконфликтным к организационным изменениям; обладать свойствами лидера (видеть будущее, формулировать цели, умело доносить их до других членов команды); обладать навыками взаимодействия, находить общий язык в команде, быть терпеливым и внимательным к людям [1].

Установлено, что команда в процессе своего формирования проходит ряд закономерных этапов, которые имеют специфические для данного этапа черты и характеристики. Исследованию этапов процесса формирования команды уделили внимание такие исследователи, как Д. Катценбах и Д. Смит, Б. Такман, Брон, Скотт Бек, Джером К. Джером и др. Наиболее характерные этапы развития команды выделил Б. Такман: 1) формирование (установление цели, определение ролей, руководителя); 2) буря (проверка основ формирования команды); 3) нормализация (команда пережила бурю и приступила к выполнению конкретных задач); 4) действие (команда прояснила свои цели, структуру и роли).

При достаточной определенности принципов и признаков командной работы возникает вопрос о необходимости уточнения понятия стратегии командной работы как об эффективном инструменте управления. В результате исследования выявлена недостаточная разработанность проблемы стратегии командной работы на операционном уровне иерархии стратегий рекламных компаний.

В данной статье предлагается следующее определение стратегии командной работы — это план действий, разработанный командой с целью оптимизации их совместной работы. Стратегия включает в себя набор задач, методов

и приоритетов, которые помогают команде достигнуть поставленных целей и решить задачи эффективным образом. Основные элементы стратегии командной работы могут относиться к каждому члену команды: определение ролей и ответственности; определение целей и задач; установление четкого плана действий; установление коммуникационных и координационных процессов, а также мотивацию и поддержку команды. Стратегия командной работы направляет команду действовать в одном направлении, оптимизировать использование ресурсов и повышать эффективность. Кроме того, она также помогает управлять конфликтами, развивать лидерские навыки и содействует достижению общих целей команды.

Значимость стратегий команд, рабочих групп и работников в современном бизнесе возрастает «в связи с развитием самоуправления и самоорганизации в компаниях», когда выполнение управленческих решений зависит от конкретных работников и их команд [4].

Для рекламных компаний специфическими факторами разработки стратегий командной работы являются: сроки и бюджет по производству рекламного продукта, удовлетворяющего потребности клиента; разделение ролей и ответственности по этапам производства рекламного продукта (проектирование, изготовление, установка, обслуживание); контроль качества по проверочным точкам и критериям; анализ и оценка выполнения проекта для последующего улучшения процесса производства; инновации и творчество в стимулировании персонала к поиску новых идей и решений для создания рекламных продуктов, способных привлечь внимание целевой аудитории и обеспечить успешную рекламную кампанию.

Полученные результаты исследования имеют теоретическую и практическую значимость в определении стратегий командной работы и факторов, влияющих на ее разработку.

Список литературы

1. Зубаирова, П. Р. Командная работа, условия эффективной командной работы / П. Р. Зубаирова // NovaInfo. — 2020. — № 119. — С. 41–42.
2. Карякин, А. М., Великороссов, В. В. Основы командной работы : учебное пособие // А. М. Карякин, В. В. Великороссов. — Москва : Русайнс. 2023. — 186 с.
3. Корниенко, В. И. Командообразование : учебник для вузов // В. И. Корниенко. — Москва : Юрайт. — 2023. — 291 с.
4. Маленков, Ю. А. О классификациях стратегий компаний / Ю. А. Маленков // Эмитент. Существенные факты, события, действия. — 2006. — № 42. — С. 17.
5. Чистякова, В. И., Частикина, Е. Г. Наблюдение в научном исследовании формирования эффективной команды в управлении торговым предприятием / В. И. Чистякова, Е. Г. Частикина // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. — 2019. — № 2 (28). — С. 44–49.

УДК 664.681.9;641.51/.54

**ОБОСНОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЫРЬЯ РЕСПУБЛИКИ
КАЗАХСТАН ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ПИЩЕВОЙ ЦЕННОСТИ
ДЕСЕРТОВ НА ОСНОВЕ ПОЛУФАБРИКАТОВ
ИЗ ПЕСОЧНОГО ТЕСТА**

А. А. Кайрашева, *обучающийся*, М. Г. Чумак, *обучающийся*,
О. Д. Варнавская, *канд. техн. наук*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
olyvarnak@yandex.ru

В статье рассмотрена актуальность расширения ассортимента десертов для сетей кофеен в Республике Казахстан и повышение их пищевой ценности за счет внесения в них порошков из местного плодово-ягодного сырья. В данном исследовании рассмотрено влияние различных факторов на улучшение характеристик десертов, а также предложены различные подходы для обеспечения качества и безопасности десертов.

Ключевые слова: десерты, песочное тесто, порошок кизила, кондитерские смеси.

Десерты во все времена пользовались особой популярностью у всех групп населения. В настоящее время возросший интерес к здоровому образу жизни потребителей требует при разработке новых десертов всё больше внимания уделять не только расширению их ассортимента, но и улучшению пищевой плотности, пищевой ценности, они должны соответствовать современным требованиям к их внешнему виду. Существенный недостаток современных десертов — наличие у большинства из них низкой пищевой плотности. Введение различных добавок в десерты (отруби, порошки фруктовые и овощные, препараты железа, витамины, ягоды, фрукты и т. д.) позволяет решать задачи, стоящие перед насыщением рынка улучшенной кулинарной продукцией.

Современное развитие предприятий общественного питания в Республике Казахстан характеризуется внедрением интенсивных технологий и, в частности, затрагивает предприятия с небольшим ассортиментом, таких как кофейни.

Перспективным является использование различных смесей как для производства десертов на основе полуфабрикатов из теста для отделочных полуфабрикатов, так и смесей для начинок, что позволяет сэкономить время технологического процесса, расширить ассортимент и, следовательно, ускорить темпы производства. Использование смесей для производства бисквитных, песочных, заварных и других изделий удобно, так как позволяет все компоненты по рецептуре внести сразу.

В исследовании предполагается использование сухой смеси «Мелла Мюрб концентрат» производителя ООО «ИРЕКС ТРИЭР», Россия (ТУ10.61.24-012-66312853-2020).

Применение сухой кондитерской смеси позволяет снизить трудозатраты. Использование сухих готовых полуфабрикатов делает производство более гибким, сокращает время приготовления, быстрее удовлетворяет спрос населения на кулинарную продукцию с высокими потребительскими свойствами. Сыпучие структуры смесей облегчают работу с ними, улучшают санитарно-гигиеническое состояние на предприятиях и создают условия для комплексной организации процесса производства десертов на основе полуфабрикатов из песочного теста [3].

В нашем исследовании рассматривалось введение в основу для десерта (в песочное тесто) порошка кизила производителя ООО «ТК Престиж», Россия (ТУ 10.39.25-003-69275064-2017).

Введение плодово-ягодного сырья в виде порошков более выгодно, так как они сохраняют свою структуру при хранении, занимают значительно меньше места, быстро восстанавливаются, являются концентратами полезных веществ.

Порошок из ягод кизила обладает высокой пищевой ценностью. Сами ягоды содержат легкоусвояемые углеводы (глюкозу и фруктозу), богаты витаминами и минеральными веществами. Так, в ягодах кизила содержание витамина С составляет 88,6 % от рекомендуемой суточной потребности, витамина В9 – 12,5 %, калия – 14,5 %, кремния – 13,3 %, железа – 22,8 %, марганца – 27,7 %, молибдена – 21,4 %, рубидия – 82 %, магния – 6,5 %. Все компоненты говорят о ценности данного сырья [1].

Основная задача переработки плодово-ягодного сырья – максимальное сохранение содержащихся в нем витаминов, макро- и микроэлементов, пектинов, органических кислот. Такую переработку в промышленных масштабах позволяют осуществлять современные технологии и оборудование.

Результаты исследования предоставляют ценную информацию для сетей кофеен Республики Казахстан, позволяя выбрать оптимальные рецептуры, обеспечивающие высокое качество продукции и ее безопасность, что, в свою очередь, способствует удовлетворению спроса населения, укреплению позиций на рынке.

Для того чтобы понять как внесение растительных добавок влияет на качественные характеристики десертов, необходимо проанализировать подобные работы.

Можно отметить, что разработка новой рецептуры поможет внедрить новый вкус, как это было рассмотрено в статье Г. В. Посновой «Технология песочного печенья повышенной витаминно-минеральной ценности», где представлены результаты разработки нового вида песочного печенья, характеризующегося повышенной витаминно-минеральной ценностью. С этой целью предлагается заменить часть пшеничной муки смесью рисовой муки и муки из тыквенных семечек, добавить облепиховое пюре и измельченную курагу, а также заменить воду питьевым молоком. Автором отмечено, что введение в рецептуру продуктов переработки ягод облепихи повышает кислотность в готовых изделиях, оказывая положительное влияние на физико-химические и органолептические показатели [3].

В работе З. Н. Хатко «Разработка способа пектиносодержащего песочного теста (замороженного полуфабриката) для песочного печенья функционального назначения с низким содержанием глютена» ассортимент мучных кондитерских изделий был расширен за счет разработки нового состава и технологии, что позволило снизить содержание в них глютена. Это важно в контексте растущего спроса на продукцию, соответствующую потребностям людей с диетическими ограничениями [4].

Для оптимизации реологических характеристик песочного теста в него вводят пектиновые вещества, это приводит к снижению водопоглощительной способности муки, сокращению времени замеса, они улучшают структуру теста, придают новые вкусовые качества кондитерским изделиям.

В целом применение разработанного подхода не только открывает новые возможности для создания продуктов с повышенной пищевой ценностью, но также обеспечивает оптимальные функционально-технологические и органолептические характеристики, что может быть ключевым фактором в успешной производственной практике и в удовлетворении требований современных потребителей.

Цель исследования. Разработка рецептуры и технологии песочного полуфабриката с порошком кизила и с использованием кондитерской смеси в качестве основы для десертов повышенной пищевой ценности для сетей кофеен в Республике Казахстан.

В соответствии с целью исследования поставлены следующие задачи:

- обоснование выбора местного растительного сырья Республики Казахстан для использования его в рецептурах и технологиях десертов;
- определение оптимального количества сырья в полуфабрикатах песочного теста (основа для десерта);
- разработка рецептур и технологий полуфабрикатов песочного теста с растительным сырьем и оценка их потребительского спроса;
- определение органолептических, физико-химических показателей для новой продукции;
- расчет экономической эффективности от внедрения новых технологий;
- разработка технической документации.

Разработка вышеуказанного продукта осуществляется впервые. Научная новизна заключается в повышении пищевой ценности десерта, в основе которого будет полуфабрикат песочного теста, приготовленный с применением кондитерских смесей и с порошком из ягод кизила.

Список литературы

1. Клименко, С. В. Биологически активные вещества кизила лекарственно-го (*Cornus officinalis* Sieb. et Zucc) / С. В. Клименко, Т. В. Джан, Е. Ю. Коновалова // Биологически активные вещества растений — изучение и использование : матер. межд. конф. : Минск, 29–31 мая, 2013. — Беларусь, 2013. — С. 116–117.

2. Овчаренко, О. Д. Новые полуфабрикаты из песочного теста повышенной пищевой ценности / О. Д. Овчаренко, И. П. Березовикова // Хранение и переработка сельхозсырья. — Москва, 2008. — № 11. — С. 62–65.
3. Поснова, Г. В. Технология песочного печенья повышенной витаминно-минеральной ценности / Г. В. Поснова, Н. Г. Иванова // Хлебопродукты. — 2022. — № 7. — С. 33–36.
4. Хатко, З. Н. Разработка способа пектиносодержащего песочного теста (замороженного полуфабриката) для песочного печенья функционального назначения с низким содержанием глютена / З. Н. Хатко [и др.] // Новые технологии. — 2023. — Т. 19, № 2. — С. 83–90.
5. Цура, А. С. Использование инновационного регионального сырья как тренд расширения ассортимента продуктов / А. С. Цура, М. Е. Руковичникова, О. Д. Варнавская, Н. Г. Неборская // Интеллектуальный потенциал Сибири : сборник научных трудов. 30-я Региональная научная студенческая конференция. — Новосибирск, 2022. — С. 284–287.

НОВЫЕ ПУТИ В ПРОФИЛАКТИКЕ ЗАБОЛЕВАНИЙ РЫБ

Е. О. Марченко, *аспирант*,
А. В. Павлова, *канд. вет. наук, доцент*
Луганский государственный аграрный университет
им. К. Е. Ворошилова (ЛГАУ),
г. Луганск, Россия
29122006q@mail.ru

В тезисах рассмотрены основные проблемы разведения рыбы в промышленных условиях Луганской Народной Республики. Установлены основные факторы риска биотехнологии выращивания гидробионтов, профилактики и лечения заболеваний ценных видов рыбы. Изучены методы улучшения диагностики состояния здоровья видов аквакультуры, поиска новых препаратов и контроля их эффективности с помощью физиолого-биохимических, иммунологических, микробиологических, физических и других показателей.

Ключевые слова: гидробионты, аквакультуры, профилактика, инфекционные заболевания, инвазия.

Актуальность данной работы заключается в том, что основной прирост рыбопродуктивности в промышленных водоемах Луганской Народной Республики может быть обеспечен путем интенсификации и организационно-технических мер, направленных на уменьшение сверхнормативных расходов объектов аквакультуры и повышения качества продукции. В условиях антропогенного загрязнения водоемов, приводящих к нарушению экологических взаимосвязей и усложнению эпизоотической ситуации, борьба с заболеваниями рыбы приобретает первоочередное значение. Продуктивность хозяйств из-за болезни карповых и лососевых рыб в хронической форме снижается на 25–30 %, а в случаях острого течения эпизоотий — на 75–90 % [1].

Цель исследования. Раскрыть вопросы значимости и осуществления профилактических мероприятий в условиях интенсификации рыбоводства.

Методы и инструменты исследования. Ежегодно в Луганской Народной Республике для стабилизации эпизоотической ситуации требуется проводить лечебно-профилактическую обработку 700–850 тыс. шт. молодняка разных видов рыбы. С этой целью хозяйства должны иметь определенное количество иктиопатологических препаратов. В настоящее время большинство их изготавливается за пределами Луганской Народной Республики, а их стоимость не позволяет проводить обработку рыбы на должном уровне. Имеющиеся иктиопатологические препараты являются канцерогенными (формалин, хлорофос, сульфат меди) или с незначительным терапевтическим индексом (фунгициды, антибиотики) и уже почти два десятилетия в большинстве стран не используются. Это потребует детальной проработки вопросов профилактики и лечения заболеваний ценных видов рыбы в аквакультуре, улучшения методов диагностики состояния их здоровья, поиска новых препаратов и контроля их эффективности с помощью физиолого-биохимических, иммунологических, микробиологических, физических и других показателей [2].

Теоретическая значимость исследования. Профилактика болезней должна стать неотъемлемой составляющей биотехнологии выращивания гидробионтов и осуществляться не только при непосредственной угрозе эпизоотии, а повседневно. Сложность ее осуществления обуславливается отсутствием эффективных методов диагностики и радикальных средств борьбы, а также недостаточностью изученности патогенеза и эпизоотологии болезней.

Ущерб от болезней рыб, кроме гибели, вызван снижением прироста массы, плодовитости, удлинением сроков выращивания, перерасходом кормов, ухудшением ее товарных качеств, невозможностью экспорта рыбной продукции. Не исключено также, что вследствие интенсивного накопления в водных системах химических веществ, массовой перевозки рыбы из разных зон, внедрения новых объектов аквакультуры возникают заболевания, которые в водоемах раньше не проявлялись. Разработка современных экологических мер борьбы даст возможность предотвратить значительное распространение этих болезней [3].

Знание приспособительных возможностей организма рыбы является важным для определения качества среды ее существования, что обеспечивает оптимальный физиологический статус в искусственных условиях.

Стрессовое состояние рыбы, вызванное паразитами и токсикантами, можно предотвратить, используя экологически безопасные технологии. Поскольку традиционные методы борьбы с болезнями рыбы, выращенной промышленным способом, неэффективны, необходимо разрабатывать новые способы применения и внесения в среду обитания рыб экологически безопасных для получения чистой продукции и снижения степени загрязнения. В этом аспекте впервые сделана попытка разработать интегрированные пути профилактики болезней в условиях паразитарного и химического загрязнения водной среды [1, 2].

В рыбных хозяйствах промышленного типа неоднократно регистрировали снижение устойчивости рыб к токсичным веществам в зависимости от степени их пораженности. Результаты экспериментов позволяют считать, что токсиканты, подавляя защитные механизмы рыб, вызывают возникновение болезней и более тяжелое их течение. Авторами описывается реакция рыб на многочисленные физические и химические факторы окружающей среды, изменение которой приводит к патологическим нарушениям в их организме.

Кроме того, в аквакультуре часть сапротрофов приобретает вирулентность, а некоторые возбудители изменяют локализацию и развиваются в массовом количестве; часто возникают смешанные болезни, расширяется спектр хозяев.

Многочисленные данные свидетельствуют о том, что экономические убытки в рыбоводстве, вызванные токсическими загрязнениями, часто превышают такие от инфекционных и инвазионных заболеваний.

В условиях токсической загрязненности водной среды взаимоотношения между хозяином и возбудителями существенно меняются. Токсичное загрязнение может воздействовать на хозяина и не действовать на паразитов и наоборот (реже): в одинаковой мере влиять и на хозяина, и на патоген. При этом возможен синергизм токсического и паразитарного возбудителей, что приводит к гибели хозяина, а вместе с ним и паразита или к появлению токсикопаразитозов [2].

В любом из вариантов трансформируется структура паразитоценоза, видовой и качественный состав возбудителей заболеваний. Образуются новые доминанты или происходит их изменение в паразитоценозах, или последний исчезает как целое [2, 3].

Вывод. Становится очевидным, что в условиях интенсификации рыбоводства дальнейшее возрастание вредных антропогенных воздействий угрожает среде существования водных организмов необратимой деградацией. Поэтому новые пути в профилактике заболеваний рыб позволят улучшить условия их содержания, снизить риски распространения инфекционного, токсического и паразитарного возбудителей, тем самым повысив производительность аквакультур.

Список литературы

1. Забудько, В. А. Ихтиопатология с основами рыбоводства : учебно-методическое пособие / В. А. Забудько; Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины. — Витебск: Учреждение образования «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины», 2019. — 114 с.
2. Агеец, В. Ю. Ихтиопатология сегодня и завтра / В. Ю. Агеец, С. М. Дегтярик // Вопросы рыбного хозяйства Беларуси. — 2014. — № 30. — С. 75–87.
3. Рудакова, С. Л. Перспективы развития ихтиопатологии в Тихоокеанском бассейне / С. Л. Рудакова // Водные биологические ресурсы северной части Тихого океана: состояние, мониторинг, управление : материалы Всероссийской научной конференции, посвященной 80-летию юбилею ФГУП «КамчатНИРО», Петропавловск-Камчатский, 26–27 сентября 2012 года. — Петропавловск-Камчатский : Изда-во ФГБНУ «КамчатНИРО», 2012. — С. 544–550.

ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ ТРАДИЦИОННЫХ РЕЦЕПТУР ИЗ ДРОЖЖЕВОГО ТЕСТА НА УЛУЧШЕНИЕ КАЧЕСТВА ИЗДЕЛИЙ

К. В. Пономаренко, *обучающийся,*

Е. Г. Койнова, *преподаватель*

Новосибирский кооперативный техникум им. А. Н. Косыгина

Новосибирского облпотребсоюза (НКТ им. А. Н. Косыгина

Новосибирского облпотребсоюза),

г. Новосибирск, Россия

ponomarenkokarina77@gmail.com

В данной работе рассмотрена возможность предприятиям потребительской кооперации Новосибирской области улучшить качество выпускаемой хлебобулочной продукции путём введения в используемые рецептуры дополнительных технологических приёмов. Цель исследования — найти новые способы повышения качества дрожжевых изделий без высоких материальных затрат.

Ключевые слова: качество, конкуренция, потребительская кооперация, дрожжевое тесто, эксперимент.

В итоговом отчёте Совета Новосибирского облпотребсоюза отмечено, что выработка хлеба и хлебобулочных изделий осуществляется в 35 цехах и 14 кондитерских г. Новосибирска и области. Основное направление развития системы кооперации Новосибирской области в 2023–2027 годах — это конкурентоспособность [3].

При проведении анализа кондитерских цехов и пекарен системы потребкооперации Новосибирской области выявлена фактическая конкуренция с предприятиями торговли, которые активно создают небольшие цеха по производству хлебобулочных изделий.

Для успешной деятельности необходимо производить и реализовывать продукцию, которая будет привлекательной потребителям. С этой целью в работе изучены и проанализированы процессы производства, которые накоплены технологами прошлого столетия. В основу исследовательской работы легли изменения рецептур, которые будут влиять на реологические свойства теста, улучшать качество белков муки и получать изделия с новыми вкусовыми свойствами.

Методы исследования: мониторинг рецептур; опытный эксперимент; синтез полученных результатов опыта.

Изменить качество готовых изделий — это основная задача. В задачу включили принцип уменьшения затрат и использование оборудования, уже установленного на предприятиях потребкооперации.

Эксперимент первый. В рецептуру сдобного дрожжевого теста для изделия «Калач» добавлен уксус 9%-й и метод лёгкого слоения теста маслом. Особенности технологии приготовления включены в табл. 1:

Этапы приготовления изделия «Калач»

№ этапа	Процессы приготовления	Обоснование процессов
1	Замес дрожжевого теста с брожением до первой обминки. Обминка	Традиционный
2	Добавление мягкого сливочного масла и 9 % уксуса с брожением до второй обминки	Экспериментальный
3	Раскатывание теста и лёгкое слоение (3слоя теста, 2 слоя масла)	Традиционный с добавлением эксперимента
4	Формование калача с расстойкой и выпеканием	Традиционный

Вывод. Включение кислоты позволяет тесту изменить реологические свойства за счёт влияния на клейковину и способствует образованию новых вкусовых оттенков, а слоение помогает увеличить объём изделий.

Второй вариант исследования. В процессе замеса дрожжевого теста принято решение: во время брожения погрузить тесто в теплую воду. Цель данной операции — повлиять на белки муки, которые впитают в себя воду и придадут готовому изделию более нежную, пористую структуру. Технологический процесс представлен в табл. 2.

Этапы приготовления изделия «Роголик»

№ этапа	Процессы приготовления	Обоснование процессов
1	Замес теста	Традиционный
2	Брожение теста ½ с погружением в воду (1-й вариант)	Экспериментальный
3	Брожение теста ½ (2-й вариант)	Традиционный
4	Формование роголиков	Традиционный
5	Выпекание	Традиционный

Замес дрожжевой сдобной тестовой заготовки произведён со всеми этапами, затем первый экземпляр (½ теста) поместили в теплую воду для брожения. На данном этапе тесто становится мягким, белки набухают, клейковина растягивается, тесто всплывает на поверхность. Далее после обминки следует формирование роголиков и выпекание. С третьего этапа проводим операции со вторым экземпляром теста. Полученные результаты после эксперимента фиксируем в оценочном листе с определением баллов. Отмечен положительный результат в первом экземпляре по всем показателям качества: аромат и вкус более насыщенный, текстура более мягкая, нежная, пористая.

Проведение отработок рецепта в 5-кратном увеличении показал положительный результат.

Одной из проблем, выявленных в эксперименте, является увеличение количества муки при формировании изделий. Данная проблема может быть решена с использованием стандартного тестомеса и добавлением небольшого количества муки.

Все этапы исследования подтверждают гипотезу о возможности выпекать изделия хорошего и отличного качества без дорогостоящих добавок, смесей и дополнительного оборудования.

Задачи эксперимента выполнены. Качество дрожжевых изделий повышается. Измененные рецептуры можно рекомендовать использовать предприятиям системы потребительской кооперации с целью выпуска конкурентоспособной продукции и увеличения дохода.

Список литературы

1. Васюкова, А. Т. Организация процесса приготовления и приготовление сложных хлебобулочных, мучных кондитерских изделий : лабораторный практикум / А. Т. Васюкова. — Москва : Русайнс, 2020. — 234 с.
2. Ермилова, С. В. Приготовление, оформление и подготовка к реализации хлебобулочных, мучных кондитерских изделий разнообразного ассортимента : учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования / С. В. Ермилова. — Москва : Academia, 2021. — 174 с.
3. Новосибирский облпотребсоюз — динамика развития положительная [Электронный ресурс]. — URL: <https://zsnsso.ru/news/17569> (дата обращения: 18.02.2024).

ЗНАЧЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ РАЦИОНАЛЬНОГО КОРМЛЕНИЯ СЛУЖЕБНЫХ СОБАК

Г. А. Смакотин, *обучающийся*,
А. Ю. Плахотина, *преподаватель*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия,
alenska-plakhotina@yandex.ru

Данная статья посвящена рассмотрению вопроса о рациональном кормлении служебных собак. Рассмотрены корма животного происхождения и промышленные (готовые) корма.

Ключевые слова: кормление, рацион, собаки, служебные собаки, сбалансированный состав, промышленные корма, корма животного происхождения.

Актуальность данного исследования заключается в анализе рационального кормления служебных собак.

Цель научного исследования: доведение до сведения владельцев служебных собак информации о разных кормах как животного происхождения, так и промышленного, и о рациональности его использования.

Собаки относятся к семейству псовых и по происхождению и анатомо-физиологическому строению являются плотоядными животными. Для рационального кормления собак, особенно тех, которые несут службу в различных государственных структурах, должны быть включены белки, жиры, минеральные соли и витамины в правильном соотношении. При дисбалансе питания у собаки резко ухудшится общее состояние организма, что приведет к резкому ухудшению качества дрессировки и ограниченному применению собаки на службе. Поэтому важно соблюдать рациональное питание служебных собак.

Рацион собак сильно отличается от их прародителей — диких волков. В процессе одомашнивания диких волков человек приучил их к корму животного и растительного происхождения. Но кормление только растительными кормами является неполноценным, так как растительные белки хуже усваиваются, чем белки животного происхождения. В процессе одомашнивания и у нынешних собак присутствует в пищеварении больше углеводов, чем протеина.

Для поддержания оптимального здоровья и работоспособности служебных собак необходимо обеспечить постоянное возмещение всех затрат энергии и конструктивного материала. При правильном рациональном кормлении служебных собак они получают необходимые вещества. Далее под влиянием ферментов, содержащихся в пищеварительных соках, вещества подвергаются сложным химическим процессам, благодаря которым расщепляются на более простые и всасываются в кишечнике для восстановления энергетических потребностей организма служебной собаки.

На поведение собак влияет серотонин. При сниженном уровне серотонина у собак появляется депрессия, страх, агрессия, чтобы повысить уровень серотонина, можно добавить в рацион собаки молочные продукты, яйца, баранину и т. д.

Нужно учитывать темперамент собаки. Если собака холерик и гиперактивна, можно включить в рацион кукурузу: в ней содержится фермент, снижающий синтез катехоламинов, т. е. снизить количество белка. Если у собаки флегматичный темперамент, то рекомендуется повысить уровень тирозина и аргинина, которые содержатся в говядине.

При составлении рациона для служебной собаки учитывают сбалансированность основных питательных веществ, витаминов, макро- и микроэлементов. Рацион служебной собаки может разрабатываться на основе кормов животного происхождения, промышленных или готовых коммерческих кормов [1].

К кормам животного происхождения относятся: мясо и мясные продукты, рыба, животные жиры, яйцо, кисломолочные продукты и др. Рацион необходимо составлять на каждую собаку, учитывая ее анатомо-физиологические особенности (возраст, пол, вес), служебную деятельность, также следует учитывать погодные условия: летом вовремя несъеденное мясо быстро портится. Но мясо, сыр и другие виды кормов животного происхождения удобно использовать в качестве лакомства в дрессировке. Данный рацион соединяют с кормами растительного происхождения. Готовят супы-кашицы с крупами, например злаковых культур (овес, ячмень и др.), что тоже нерационально для использования в погодных условиях холодной зимы (каша замерзает) и жаркого лета (каша протухнет).

Для снижения временного и экономического фактора в кормлении служебных собак используют готовые или промышленные корма. В данных кормах уже рассчитана суточная норма кормления собак под их весовую, возрастную категорию и активность. В данных кормах присутствует большая линейка на выбор по способу консервации и по составу.

По способу консервации:

1. Влажные или консервированные (влажность достигает 72–82 %), выпускаются в виде консервов с мясным или рыбным содержанием.

2. Полувлажные (влажность достигает 15–20 %), в виде консервов и паучей, также содержат мясные или рыбные продукты, но еще в составе допускаются белково-овощные концентраты, злаки, жиры, сахар, соль или глицерин.

3. Сухие корма (влажность 5–12 %). Бывают двух видов:

а) консервированные в виде фарша, кусочков в желе или соусе;

б) сухие в виде гранул, хлопьев, галет, порошка.

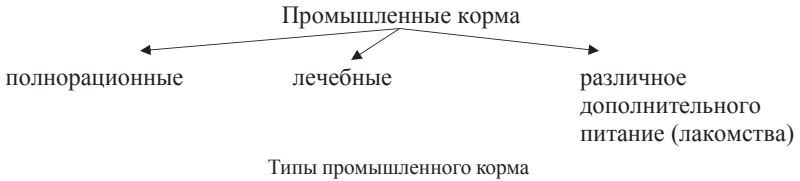
Разделение кормов по составу представлено в таблице.

Разделение кормов на классы по составу

Класс корма	Состав
Эконом	Некачественно сбалансирован по составу питательных веществ
Премиум	В избытке содержание жира и добавлены вкусовые добавки

Класс корма	Состав
Супер-премиум	Сбалансированный состав, линейка подобрана по возрастным периодам и физиологическому состоянию собаки
Холистик	Производят из продуктов наивысшего качества

На рисунке представлены типы промышленного корма.



Промышленные или готовые корма снижают вероятность заражения собак некоторыми гельминтами (аскариды, лентец широкий, сибирский сосальщик и др.), а для вкусового привлечения используют натуральные ароматизаторы.

В государственных кинологических структурах Российской Федерации разрешено использовать корма, относящиеся к премиум-классу или супер-премиуму [2].

Потребность собак в питательных веществах зависит от наследственных, половых, возрастных и других особенностей; от живой массы, мускульной деятельности, породы, физиологического состояния и условий содержания, а также погодных условий.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что рациональнее кормить собак промышленными (готовыми) кормами, так как в них уже подобрана точная норма кормления для служебных собак (с учетом их физиологического состояния и активности).

Список литературы

1. Шалабот, Н. Е. Кормление домашней собаки (эволюционные, этологические и физиологические аспекты) : учебник / Н. Е. Шалабот [и др.]. — Пермь, 2010. — 400 с.
2. Об утверждении норм обеспечения кормами (продуктами) и норм замены кормов (продуктов) при обеспечении штатных животных учреждений и органов уголовно-исполнительной системы в мирное время : приказ ФСИН России от 13.05.2008 г. № 330. — Москва, 2008. — 55 с.

ТЕХНОЛОГИИ НОВОВВЕДЕНИЙ И ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АПК РОССИИ 2024

А. М. Снегова, А. В. Агеева, Д. А. Медведский
Научный руководитель: О. Н. Мороз, *канд. экон. наук, доцент*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
ksenijasib@mail.ru

В данной работе рассмотрены технологии нововведений и инновационные решения, которые формируют облик и будущее аграрной отрасли в России. Цель исследования — рассмотреть инновационные тренды и технологии развития АПК России в 2024 г.

Ключевые слова: инновационные тренды, агропромышленный комплекс, господдержка, технологии нововведений, сельское хозяйство.

Инновации и цифровые технологии играют важную роль в развитии сельского хозяйства. Несмотря на трудности, с которыми столкнулся агропромышленный комплекс России, сельхозкомпании находят самые разные пути выхода, повышая уровень рентабельности бизнеса.

В сельском хозяйстве РФ 2023 г. был достаточно успешным, несмотря на сезонные проблемы летом. Сложности были связаны с падением стоимости сельхозпродукции и ростом логистики в целом. При этом лидировало производство зерна. Поддержка государства и высоких технологий помогла отрасли избежать серьезных проблем. Сейчас АПК страны беспокоит вопрос, хватит ли запасов на 2024 г. и останется ли Россия крупнейшим экспортером пшеницы. Сельское хозяйство смогло стать одной из приоритетных отраслей. В прибыльных хозяйствах у государства дела идут хорошо, особенно у тех, которые выращивают зерновые культуры.

Технологии нововведений и инновационные тренды в деятельности АПК России 2024 г.:

Импортозамещение семян. С 23 января 2022 г. и до конца 2024 г. Россия ограничит количество импортируемых семян. Импорт некоторых видов семян, таких как пшеница, рожь и соевые бобы, будет запрещен. Это ограничение также распространяется на семена картофеля, рапса, пивоваренного ячменя, сахарной свеклы и семян подсолнечника для недружественных стран и отдельных лиц. Правительство решит, каким производителям будет запрещено импортировать свои семена. С 1 марта 2024 г. иностранные компании в России должны будут планировать производство семян на местном уровне. Госучреждения России, которые занимаются селекцией, нуждаются в модернизации по отдельным госпрограммам. Если не предпринять меры, прогресса в селекции замечено не будет. В таблице представлены данные по самообеспеченности.

Плановые показатели самообеспеченности сельхозкультурами на 2022 – 2030 гг., %

Сельскохозяйственная культура	Уровень самообеспечения								
	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Пшеница озимая	92	92,5	93	93,5	94	95	95	95	95
Пшеница яровая	74,3	77,5	78	78,5	79	79,5	80	81	82
Рис	92,7	95	95	95	95	95	95	95	95
Зернобобовые	36,3	45	46	48	50	55	60	70	75
Овес	79,9	81,5	82	82,5	83	83,5	84	85	85
Ячмень яровой	70,3	71	72	75	76	77	78	79	80
Соевые бобы	43,5	48	50	52	54	60	65	70	75
Рапс яровой	30,6	31	32	33	40	50	60	70	75
Подсолнечник	23	25	30	50	55	60	65	70	75
Кукуруза	41,8	45	48	50	55	60	65	70	77
Картофель	6,7	9	10	11	12	13	14	15	50
Сахарная свекла	1,8	2,5	3	4	6	9	11	15	50

Импортозамещение техники. Аграрии используют меньше ресурсов и экономят деньги, поэтому им не нужно покупать много новой сельскохозяйственной техники. Часть фермеров ремонтирует старое оборудование, покупает бывшее в употреблении или арендует его. Росстат сообщил, что в 2023 г. российские заводы выпустили меньше тракторов (8,5 тыс. тракторов, что на 10,8 % меньше, чем в 2022 г.), плугов и борон, чем годом ранее. Они считают, что финансовое положение фермеров в 2024 г. повлияет на количество проданных сельскохозяйственных машин [3].

Возможные ограничения на рынке средств защиты растений (СЗР). Вопрос, который беспокоит фермеров, касался возможных квот на импорт средств защиты растений. Минпромторг предлагает в проекте решения правительства ограничить импорт пестицидов до 16,7 тыс. т с 1 января по 30 июня 2024 г. (из сообщения одного из российских производителей агрохимии «Щелково-Агрохим»). По словам генерального директора компании С. Каракотова, 20 лет назад отечественные производители пестицидов удовлетворяли менее 20 % спроса аграриев, в 2023 году их доля составил 54 %. Остальные доли рынка распределены между химическими средствами защиты, производимыми в ЕС (13 %), Китае (12 %) и перерабатывающими предприятиями на основе зарубежного сырья на территории РФ с последующим экспортом продукции.

Правительство обеспокоено тем, что ограничение количества СЗР, которые можно ввозить в страну, затруднит конкуренцию различным компаниям и приведет к росту цен, потому не будет препятствовать ввозу пестицидов при отсутствии их на внутреннем рынке. Правительство обнаружило, что в 2022 г. импортируется только два типа этих специальных средств борьбы с сорняками общим объемом 43,8 т. По расчетам Минпромторга, в Россию из 28 стран импортируется 635 препаратов (291 гербицид, 148 инсектицидов, 194 фунгицидов и 2 прочих СЗР). Российские производители выпускают 757 аналогичных препаратов.

Отбор наиболее маргинальных культур с целью возвращения. Согласно исследованию, проведенному в telegram-канале «Работа в поле», к 2024 г. треть сельхозпроизводителей будет больше полагаться на маргинальные культуры: рапс, сою и подсолнечник, чем на зерновые. Другая треть по-прежнему будет полагаться на традиционные зерновые культуры: пшеницу, рожь и кукурузу. 20 % респондентов считают, что в сезоне 2024 г. будет выгодно выращивать горох, 17 % готовы пробовать нишевые культуры: нут, чечевицу и сафлор.

Увеличение доли РФ на мировом рынке пшеницы. Цена пшеницы из России, которая будет поставлена в декабре 2023 — январе 2024 г., на этой неделе выросла на \$ 3 до \$ 240 за т ($\approx 280 - 22\,260$ руб.). Страны сейчас покупают много пшеницы из России. Несмотря на то, что Турция и Египет в этом году покупают меньше пшеницы, Бангладеш покупает гораздо больше — следовательно, является третьим по величине покупателем российской пшеницы. У АПК РФ есть все шансы продолжить экспансию на зерновом рынке [1].

Замещение недостающих кадров цифровыми системами. На сегодня в РФ присутствует дефицит кадров в различных сферах, это также касается сельского хозяйства. Исследование показало, что в 2023 г. трудовых ресурсов было на 4,8 млн меньше, чем нужно для работы [2]. Работы, выполняемые машинами, облегчают работу АПК. На рынке РФ стали популярны цифровые продукты, помогающие минимизировать трудность поиска работников. С помощью них можно отслеживать ход выполнения работ и в случае необходимости заменять человека на автоматические решения [2].

Таким образом, АПК в 2024 г. в России получит множество нововведений и инновационных решений. Государственная поддержка останется неотъемлемой частью реализации продвижения сельскохозяйственной деятельности страны, а продвижение трендов сможет сформировать эффективную систему АПК, которая обеспечит экономическое развитие государства в целом. Необходимо продолжать совершенствование системы АПК и обеспечивать его устойчивое и успешное развитие в стране в ближайшие годы.

Список литературы

1. Клименков Ф. И., Мишанова Е. В., Клименкова И. Н. Импортзамещение в области семеноводства. Реалии сегодняшнего дня // Московский экономический журнал. — 2021. — № 11. — URL: <https://qje.su/selskohozyajstvennyenauki/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-11-2021-6/>
2. Официальный сайт АО «Щелково Агрохим» [Электронный ресурс]. — URL: <https://betaren.ru/> (дата обращения: 20.02.2024).

РАННЕЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПЛЕМЕННЫХ КАЧЕСТВ БАРАНОВ

К. К. Шабунин, *обучающийся*,
А. В. Деревянкин, *канд. с.-х. наук*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
Сибирский федеральный научный центр агробиотехнологий
Российской академии наук (СФНЦА РАН),
г. Новосибирск, Россия
molod-uch-sibniiesh@ya.ru

В статье рассматривается актуальная тема раннего прогнозирования племенных качеств баранов-производителей. Подчеркнута важность выбора качественного производителя для повышения производственной эффективности и качества продукции в животноводстве. С помощью современных методов и генетических исследований возможно определить генетический потенциал баранов на ранних стадиях их жизни, что позволяет эффективно управлять племенным разведением и достигать желаемых характеристик потомства.

Ключевые слова: частная зоотехния, овцеводство, откорм, мясные качества, продукция овцеводства, корма.

В биологической науке нет другой проблемы, которая привлекала бы столько внимания, как наследование признаков. Важность этой проблемы объясняется как теоретическим значением для объяснения разнообразия биологических форм, так и практическими аспектами, связанными с улучшением существующих и созданием новых пород животных.

Зоотехники и селекционеры, занимаясь разведением пород, используют те же основные факторы, которые действуют в процессе естественной эволюции животных: наследственность, изменчивость и отбор. Однако в практике животноводства наследственность выступает не только как фактор формирования, но и сама становится признаком, по которому проводится селекция животных [1].

В истории животноводства было множество примеров, когда выдающиеся производители, имеющие высокую продуктивность и предварительно проверенные на передачу этих качеств потомству, оказывали огромное влияние на стада и даже на целые породы. Роберт Бэквел был первым, кто систематически проводил испытания баранов и быков по потомству в рамках выведения новых пород. С тех пор методика испытания значительно усовершенствовалась, но основой для определения племенных качеств производителей до сих пор является оценка их потомства.

Однако точность результатов испытаний во многом зависит от генетической однородности маток, участвующих в испытании, и одинаковых условий выращивания потомства. Нарушение этих требований приводит к снижению объективности оценки. Кроме того, существующий метод проверки производителей по потомству сокращает продолжительность их использования в селекции, что ограничивает скорость улучшения пород.

Таким образом, проблема достоверного определения генетического

потенциала производителей, необходимого для дальнейшего распространения лучших из них на большие популяции животных, до сих пор остается нерешенной.

Исследования направлены на поиск биологических тестов, которые могут определить устойчивые наследственные качества у сельскохозяйственных животных. Мы исходили из предположения, что формирование половых клеток, несущих генетическую информацию, имеет общее начало с остальными клетками организма. Поэтому структуры этих клеток, несмотря на их специализацию и различия, обусловленные процессом онтогенеза, остаются взаимозависимыми. Мы установили разную биологическую схожесть у разных животных и сделали вывод, что эти сведения представляют собой различную степень интеграции признаков в генетической матрице [2].

Для выявления степени схожести структур сомы и половых клеток у баранов мы использовали метод взаимодействия аутоиммунизации и титрования. Однако такой способ имел негативное воздействие на спермогенез у баранов. Поэтому была разработана косвенная методика введения структур сомы и половых клеток в перекрестных реакциях с использованием лейкоцитов и спермиев в качестве антигенов. Эта методика позволила выявить биологическую схожесть половых клеток и сомы у животных, показывая их препотентность в качестве улучшателей. Однако разнообразие титров свидетельствует о низкой антигенной схожести у животных, не обладающих устойчивостью наследственных качеств.

Таким образом, проблема определения генотипов производителей, необходимая для распространения лучших из них на большие массивы животных, остается открытой и требует дальнейших исследований. Первые опыты по иммуногенетическому тестированию антилейкоцитарной сывороткой были проведены на баранах красноярской породы.

По уровню шерстной продуктивности потомства бараны расположились соответствующим образом: наиболее высокие настриги шерсти с достоверным превосходством сверстников были у потомков баранов с высокой биологической схожестью исследуемых антигенов. Явно уступали по этому показателю как баранчики, так и ярки от баранов 51 130 и 5639 с наиболее слабой схожестью, а производители 6098 и 5429 заняли среднее положение [2, 3].

Таким образом, предполагаемая оценка племенных достоинств баранов по иммунобиологическим тестам в основном совпала с результатами их оценки по качеству потомства. Бараны с высокой биологической схожестью половых и соматических клеток оказались явными улучшателями шерстной продуктивности. С уменьшением степени схожести снижается их влияние на качество потомства при сравнении групп.

Такой закономерности не отмечено по наследованию живой массы. Мы склонны объяснить это тем, что живая масса в большей степени подвержена изменению под влиянием внешней среды и уровня кормления, чем шерстная продуктивность.

Повторно исследования по этой же схеме проведены на баранах сибирского типа советской мясо-шерстной породы [3].

Аттестация осуществлялась по титрам взаимодействия антилейкоцитарных

и антиспермальных сывороток перекрестно с соответствующими антигенами. В зависимости от антигенного сходства лейкоцитов и спермиев животных разделили на две группы. В одну из них по показателям титров отнесены животные с выраженным антигенным сходством, во вторую — слабо сходные. Племенная ценность производителей устанавливалась по оценке их потомства.

Из восьми протестированных баранов четыре оказались с высоким сходством изучаемых биологических структур и столько же со слабым. Потомство первых превышало сверстниц второй группы по живой массе на 3,5 кг, по настиргу шерсти — на 0,5 и по длине штапеля на 0,4 см.

Наибольшим превосходством отличается потомство производителей первой группы 1835 и 1604 по анализируемым показателям. К тому же и классность их дочерей была наиболее высокой: элитные составляли соответственно 24,1 и 27,0 % против среднего 17,5.

Таким образом, оценка племенных достоинств производителей по иммунобиологическим тестам в основном совпала с результатами оценки их по качеству потомства. Бараны с высоким биологическим сходством репродуктивных и соматических структур оказались явными улучшателями. С уменьшением степени сходства снижается их влияние на качество потомства [3].

На основании выявленных зависимостей степени сходства соматических и репродуктивных структур с препотентностью баранов в базовом племрепродукторе внедряется проверка племенных качеств производителей под контролем иммунобиологических показателей.

По аттестации бараны 32 383 и 37 334 входили в группу сходных и оценены по продуктивным качествам как улучшатели. Сравнительный анализ двух лет показал, что по основным хозяйственно полезным признакам потомство испытываемых баранов достоверно превосходило средний уровень продуктивности сверстниц.

Список литературы

1. Деревянкин, А. В. Использование породы овец тексель в скрещивании / А. В. Деревянкин // Успехи современной науки и образования. — 2017. — Т. 7, № 4. — С. 156.
2. Чамуха, М. Д. Убойные качества и показатели резистентности помесей от скрещивания тонкорунных овец с баранами породы тексель и сибирского типа советской мясошерстной / М. Д. Чамуха, А. В. Деревякин // Актуальные вопросы зоотехнической науки и практики как основа улучшения продуктивных качеств и здоровья сельскохозяйственных животных : II Международная научно-практическая конференция, 2003. — С. 204–205.
3. Чамуха, М. Д. Мясо-шерстные овцы в Сибири / М. Д. Чамуха, М. В. Подтяжкин; Сиб. науч.-исслед. и проект.-технол. ин-т животноводства. — Новосибирск, 2001. — 108 с.

СПОСОБ ДЕКОФЕИНИЗАЦИИ ЗЕРЕН ЗЕЛЕНОГО КОФЕ

А. А. Щербатов, *обучающийся*,
И. П. Березовикова, *д-р биол. наук, профессор*
Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
г. Новосибирск, Россия
sherbatov01@mail.ru

Предложен способ декофеинизации зерен зеленого кофе для применения непосредственно в предприятии питания. Способ не требует дорогостоящего оборудования и реагентов, позволяет снизить содержание кофеина на 85 %.

Ключевые слова: декофеинизация, зелёный кофе, паровая обработка зерен кофе.

Кофе — один из самых популярных и потребляемых напитков во всем мире. Ежегодно во всем мире употребляется около 0,5 трлн чашек кофе. Особый аромат, характерный вкус привлекают потребителей. Кроме того, кофе известен и как тонизирующий напиток благодаря содержанию в нем кофеина. В результате многолетних исследований влияния кофе на организм человека исследователи установили оптимальное безопасное потребление кофе и кофеина в день — 4 чашки, или суммарное потребление кофеина не более 200 мг/сут. Помимо кофеина, кофе содержит такие незаменимые компоненты, как полифенольные соединения, а именно фенольные кислоты, оказывающие благоприятное воздействие на различные функции организма [1].

Вместе с тем именно из-за содержания кофеина кофе может наносить вред людям с артериальной гипертензией или другими проблемами здоровья.

Поэтому в качестве альтернативы для таких людей выступает декофеинизированный кофе, в результате потребления которого человек может насладиться вкусом и ароматом напитка, получить незаменимые фенольные кислоты, но при этом без вреда своему здоровью. Методы декофеинизации разрабатываются для того, чтобы уменьшить риск повышения артериального давления и других негативных последствий.

Процесс декофеинизации осуществляют с использованием различных растворителей — воды, органических растворителей, диоксида углерода [2]. Прямой метод декофеинизации — технология, по которой сегодня производится большинство марок бескофеинового кофе. Заключается в активном использовании растворителей и последующем выпаривании растворителя вместе с кофеином. СО₂ экстракция: при использовании давления 150–300 атмосфер и постоянной температуре +30...+60 °С происходит сжижение диоксида углерода и экстракция кофеина [3].

Непрямой способ — многократное замачивание зерен кофе в горячей ванне и последующее удаление из раствора растворителя. Оставшаяся часть сохраняет вкусоароматические вещества, из которых создают сублимат.

Швейцарский метод — разновидность непрямого способа обработки кофейных зерен (считается самым безопасным для здоровья). Вместо химических растворителей применяется угольная фильтрация, что делает данный метод самым дорогостоящим, но в результате использования этого метода возможно удаление до 99,9 % кофеина.

Процесс декофеинизации осуществляется перед обжаркой кофейных зерен. Кофе без кофеина обладает вкусом и ароматом обычного декофеинизированного кофе, однако уровень кофеина значительно (до 97 %) снижается.

С развитием кофейной культуры и повышением осведомленности о здоровом питании декофеинизированный кофе продолжает завоевывать свою нишу на рынке и привлекает все больше внимания потребителей. После тщательного анализа представленных на потребительском рынке образцов, а также их ценовой зависимости мы заключили, что как для предпринимателей (кофеен, кафе), так и для обычного потребителя декофеинизированный кофе — достаточно дорогой продукт, который предлагают ограниченная часть ретейла и кофеен. Декофеинизированный кофе в зернах предлагают потребителю не все компании-производители, это достаточно затратный по обработке от кофеина продукт. Средние цены на российском рынке за 250-граммовую упаковку колеблются от 600 до 1100 руб.

Учитывая изложенное, целью настоящего исследования является разработка способа декофеинизации зеленых зерен кофе, пригодного для применения непосредственно в специализированных предприятиях — кофейнях, чтобы дать возможность им самим обрабатывать зёрна для дальнейшей реализации при проблемах с поставками готового, уже декофеинизированного обжаренного кофе.

Идея проекта заключается в использовании длительной паровой обработки (в герметичной системе) зерен зеленого кофе для снижения уровня кофеина в них до минимальных значений.

Для исследования использован сорт кофе арабика, (зеленый кофе, Бразилия, Fine cup Augum plus, урожай 2022 г.).

Определение содержания кофеина производили на спектрофотометре Lovibond PFXi 880.

Были использованы шесть образцов (один образец необработанного кофе как эталон) и пять с различной временной обработкой зерен паром: 25, 50, 62, 78, 89, 95 часов. После обжарки кофе на ростере ВК-2 зерна были измельчены в средний помол эспрессо и подвержены выведению в сухой остаток.

Суть метода: паровая обработка зерен кофе, сходная с шадящей пастеризацией (89 °С).

Создана замкнутая (герметичная) система, которая позволила обрабатывать зерна кофе в течение длительного периода времени без вмешательства в процесс оператора оборудования.

Подача холодного пара, созданного ультразвуковой установкой, по обработанным силиконовым шлангам в нижнюю часть камеры нагрева позволила уменьшить время нагрева и увеличила КПД паровой обработки. После нагрева до 105–110 °С пар проходил через перфорированную поверхность, на которой

находились зерна зеленого кофе, выложенные в один слой, и покидал рабочую камеру через обратный клапан избыточного давления (рис. 1).

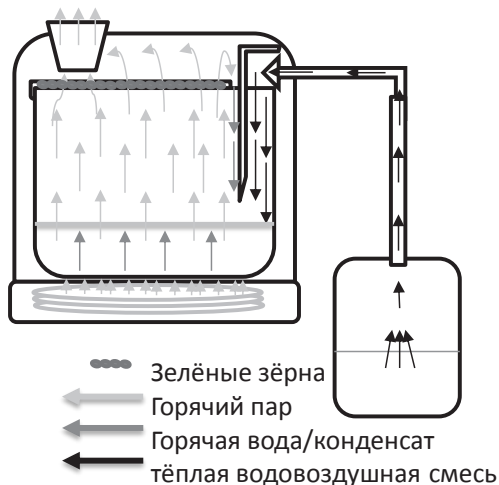


Рис. 1. Схема получения декофеинизированного кофе

Результаты снижения содержания кофеина в исследуемых образцах в течение времени представлены на графике (рис. 2).

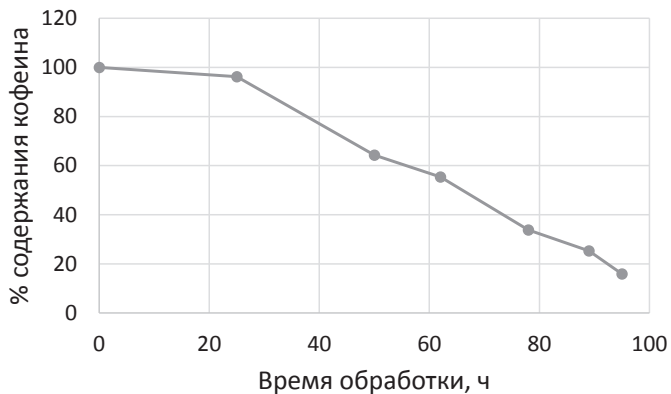


Рис. 2. Снижение содержания кофеина в исследуемых образцах в течение времени

Декофеинизация зерен кофе в течение 95 ч позволила снизить содержание кофеина на 85 %. Дегустация напитка из полученного образца в сравнении с промышленными образцами декофеинизированного кофе показала хорошие результаты. Участники дегустации отметили мягкий вкус кофе, выраженный аромат.

Таким образом, предлагаем способ декофеинизации зерен кофе: доступен для реализации в условиях кофеен, использует простое и доступное оборудование, не требует больших площадей производства. Для этого метода не требуются дополнительные расходы на растворители, фильтры и прочие вещества в процессе производства, только чистая вода.

Проект имеет некоторые риски, такие как отсутствие сырья, перебои в водо-, электроснабжении, некачественное оборудование, утилизации последствий производства, необходимость контроля качества и безопасности продукции, биологические риски обсеменения и порчи сырья в процессах хранения и переработки.

При дальнейшем развитии есть множество путей модернизации производства: к примеру, использование оборудования с созданием избыточного давления в камере и подачи пара под избыточным давлением. А также внедрение популярных вкусоароматических добавок в водовоздушную смесь при обработке зерен для дополнительной органолептической модернизации продукции.

Список литературы

1. Palupi, N. S. 2021. The role of decaffeinated coffee in reducing the risk of hypertension: a systematic review // J. Functional Food & Nutraceutical. 2021. Vol. 2. № 22. P. 99–116.
2. De Paula J, Farah A. 2019. Caffeine consumption through coffee: content in the beverage, metabolism, health benefits and risks// Beverages. 2019. Vol. 5. № 2. P. 37.
3. Методы декофеинизации кофе [Электронный ресурс]. — URL: <https://coffexpert.ru/kofe-bez-kofeina/> (дата обращения: 03.03.2024).

Научное издание

**МЕЖДУНАРОДНЫЕ
МОЛОДЕЖНЫЕ НАУЧНЫЕ ЧТЕНИЯ
ИМ. ПРОФЕССОРА Н. Н. ПРОТОПОПОВА**

*Сборник материалов
Часть 1*

Новосибирск
13 – 14 марта 2024 года

Под ред. Э. А. Новосёловой

*Редакторы: В. И. Дмитриева, Е. В. Добровольская
Компьютерная верстка А. М. Бабушкина*

Подписано в печать 10.09.2024. Формат 60×84/16. Бумага офсетная.
Тираж 500 экз. Печ. л. 25,5. Уч.-изд. л. 23,71. Заказ № 23.

Типография Новосибирского государственного технического университета.
630073, Новосибирск, пр. К. Маркса, 20.